Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

FUNCIONES DE LA GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES

Junio 2025

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	FUNCIONES DE LA GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	MARKETING Y RELACIONES PÚBLICAS
Código:	COMM0063
Nivel de cualificación profesional:	2

Objetivo general

Analizar las funciones, competencias y estrategias clave del perfil de Community Manager en el entorno empresarial, desarrollando habilidades prácticas en la gestión de comunidades, creación de contenido y adaptación a tendencias digitales.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	El Community Management	20 horas
Módulo 2	Competencias y funciones clave de la persona community manager	20 horas
Módulo 3	Estrategias de gestión de contenido y redes sociales	20 horas
Módulo 4	Desarrollo profesional de la persona Community Manager y tendencias actuales	20 horas

Modalidades de impartición

Presencial
Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	80 horas
Teleformación	Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: -Certificado de profesionalidad de nivel 1 -Título Profesional Básico (FP Básica) -Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente -Título de Técnico (FP Grado medio) o equivalente -Certificado de profesionalidad de nivel 2 -Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Medio -Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad

Experiencia profesional	No se requiere
Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: • Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo. • Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo. • Técnico Superior, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y marketing. • Certificados de profesionalidad de nivel 3, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y marketing.
Experiencia profesional mínima requerida	Se requiere 1 año en el ámbito de Marketing y Relaciones Públicas, en caso de disponer de formación.Se requieren 3 años en el ámbito de Marketing y Relaciones Públicas, en caso de no disponer de formación.
Competencia docente	Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos: - Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing.- Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110. - Titulaciones universitarias de Psicología/Pedagogía o Psicopedagogía, Máster universitario de Formación de formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45.0 m²	2.4 m² / participante

Espacio formativo	Equipamiento
Aula de gestión	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa. • Software de SMO (Social Media Optimization) • Herramientas de gestión de las redes sociales (Buffer…) • Herramientas de diseño de contenido (Canvas, etc.) • Redes sociales (X, Twitch, Instagram, etc.) • Software de metodologías ágiles (agile tools) • Software de análisis de rendimiento (Google Analytics, etc.) • Software de inteligencia artificial (ChatGPT, etc.)

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico-sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

Aula virtual

Características
• La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones. • Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

  Tener un rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

  a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.

  b) Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.

  Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.

- El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.
- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

  Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:
  - Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interaccionar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
  - Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).

- Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones formativas.
- Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
- Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.
- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la adquisición de competencias, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante y a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

- 26511067 TÉCNICOS MEDIOS EN PUBLICIDAD Y/O RELACIONES PÚBLICAS
- 26511085 GESTORES DE REDES SOCIALES
- 27131015 DISEÑADORES DE PÁGINAS WEB

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

Centro Móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1: El Community Management

OBJETIVO

Delimitar el rol, las funciones y las habilidades esenciales de la persona Community Manager, así como su importancia en el ecosistema digital moderno.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Definición del rol del perfil de Community Manager
    - Definición y evolución del rol
    - Historia del Community Management en el entorno digital
    - Impacto del Community Management en las empresas modernas
- Precisión de tareas y responsabilidades del perfil de Community Manager
    - Funciones principales: gestión de redes sociales, atención a la clientela, creación de contenido
    - Rol de una persona Community Manager en la estrategia de marketing digital
    - Supervisión de la reputación online
    - Reputación ambiental de la empresa en entornos digitales
- Descripción de habilidades, aptitudes y actitudes de la persona Community Manager
    - Habilidades técnicas y blandas necesarias
    - Actitudes clave para la gestión de crisis y la interacción con la comunidad
    - Desarrollo de habilidades de comunicación efectiva
- Diseño del organigrama y calendarización
    - Rutinas diarias: planificación, monitorización, gestión de comentarios
    - Herramientas de trabajo: plataformas, aplicaciones y software de gestión
    - Creación de reportes y análisis de resultados
- Definición de metas y objetivos de la persona Community Manager

- Establecimiento de KPIs (Indicadores Clave de Desempeño)
- Definición de objetivos medibles: Engagement
- Planificación estratégica a corto, medio y largo plazo

- Análisis de casos de Community Managers en empresas españolas

- Estudio de casos: ejemplos de Community Managers de marcas nacionales
- Lecciones aprendidas de empresas exitosas
- Análisis de sus estrategias de comunicación y engagement

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Compromiso con la gestión de la reputación de la marca en las redes sociales y otras plataformas online.
- Autonomía para el diseño y la calendarización del contenido a publicar en diferentes espacios digitales.
- Atención a la alineación de la estrategia digital con los objetivos de comunicación y marketing de la marca.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: Competencias y funciones clave de la persona community manager

OBJETIVO

Desarrollar competencias en la gestión de comunidades, con énfasis en la escucha activa, la comunicación interna y la creación de relaciones efectivas entre la comunidad y la empresa.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Uso de la escucha a la comunidad

- Escuchar en el contexto digital
- Herramientas para monitorizar redes sociales
- Análisis de comentarios
- Identificación de necesidades, intereses y problemas de la comunidad
- Observación de la circulación de información de forma interna

- Proceso de comunicación interna entre equipos
- Creación de informes internos y estrategias de retroalimentación
- Debate sobre la posición de la empresa en la comunidad digital

- Técnicas para comunicar la visión, misión y valores de la marca
- Redacción de mensajes alineados con la identidad de la empresa
- Crisis de comunicación y manejo de comentarios negativos
- Análisis del proceso de búsqueda de líderes dentro de la Comunidad

- Identificación de influenciadores y embajadores de marca
- Estrategias de colaboración con líderes de opinión
- Gestión de relaciones con embajadores dentro de la comunidad

- Enumeración de herramientas de fomento de colaboración entre la Comunidad y la Empresa

- Espacios de interacción activa: concursos, encuestas, preguntas abiertas
- Programas de fidelización o "comunidad activa"
- Iniciativas de cocreación y feedback
- Promoción de iniciativas medioambientales

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Sentido crítico sobre la escucha a la comunidad y su impacto en la marca o empresa.
- Asimilación de las herramientas para monitorizar redes sociales.
- Reflexión sobre las posibles de estrategias de colaboración con influencers y embajadores.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3: Estrategias de gestión de contenido y redes sociales

OBJETIVO

Crear y gestionar contenido para redes sociales y planificar campañas y análisis de resultados, con un enfoque práctico en la ejecución de estrategias de marketing digital.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Creación de Contenido para Redes Sociales

- Tipos de contenido (textos, imágenes, vídeos, infografías, etc.)
- Adaptación del contenido según la red social
- Diseño de campañas de contenido con impacto ambiental positivo
- Herramientas para la creación y edición de contenido visual y audiovisual

- Planificación y gestión de campañas de Redes Sociales

- Creación de contenido a corto, medio y largo plazo
- Programación de publicaciones
- Herramientas para gestión de redes
- Calendarización de campañas y eventos promocionales

- Resumen de la segmentación de audiencias y Marketing Dirigido

- Segmentación y creación de perfiles de audiencia en redes sociales
- Técnicas de personalización de contenidos para diferentes audiencias
- Publicidad en redes sociales: Facebook Ads, Instagram Ads, LinkedIn Ads

- Análisis de Resultados y ROI
    - Métricas clave a seguir (engagement, alcance, clics, conversiones)
    - El retorno de inversión (ROI) de las campañas
    - Herramientas para el análisis de redes sociales
- Gestión de crisis en Redes Sociales
    - Identificación de una crisis de comunicación en las redes
    - Estrategias de respuesta rápida

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Interés por el uso de herramientas de creación de contenido a corto, medio y largo plazo y de programación de publicaciones.
- Curiosidad por el uso de herramientas de creación de perfiles de audiencia en redes sociales.
- Predisposición para identificar una crisis de comunicación en las redes.

MÓDULO DE FORMACIÓN 4: Desarrollo profesional de la persona Community Manager y tendencias actuales

OBJETIVO

Proveer las herramientas para el desarrollo profesional del/la community manager y adaptarse a las tendencias emergentes y futuras del marketing digital y el manejo de comunidades online.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 20 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Desarrollo profesional de la persona Community Manager
    - Avance de la carrera profesional de Community Manager
    - Certificaciones y formación continua
    - Redes profesionales y comunidades de CM
- Análisis de tendencias emergentes en el Community Management
    - Nuevas plataformas y herramientas para Community Managers
    - La integración de IA y chatbots en la gestión de comunidades
    - Tendencias en contenido sostenible
    - Tendencias en contenidos: Realidad aumentada, vídeos interactivos, etc.
- Observación del futuro del Community Management
    - La evolución del rol y la automatización de tareas
    - Ética y la responsabilidad socioambiental digital
    - Nuevas habilidades requeridas para Community Managers del futuro
- Ejemplificación de una estrategia de Community Management

- Planificación estratégica a largo plazo
- Integración con otras áreas del marketing digital
- Ejemplo de un plan de acción para marcas y empresas

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Atención al avance de la carrera profesional del/la Community Manager.
- Sentido crítico en la ética y la responsabilidad social digital.
- Curiosidad por las nuevas habilidades requeridas para Community Managers del futuro.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicite, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.