Formación Permanente

PROGRAMA DE DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL

DIPLOMA DE EXPERTO PROFESIONAL

CURSO 2026/2027

E.T.S. de Ingenieros Industriales de la UNED

XV Curso de Experto Profesional en

COMMUNITY MANAGER: TECNOLOGÍA Y PRÁCTICA APLICADAS A LA SOCIAL MEDIA

PRESENTACIÓN DEL CURSO

(Documento "cmdoc0.pdf")

Fundación Uned

El material que se facilita al alumno con el temario del curso y durante el desarrollo del mismo tiene una finalidad exclusivamente didáctica, estando orientado a mostrar aspectos técnicos y generales de una materia actualmente en continua evolución. Por tanto, no debe considerarse, bajo ningún concepto, como un asesoramiento profesional o jurídico. Quien desee realizar una consulta de este tipo deberá dirigirse siempre a un profesional debidamente cualificado y especializado.

Aunque nuestro objetivo es velar por la actualización y exactitud de la información facilitada, mediante una continua adaptación y revisión de los contenidos, dada la amplitud de las materias y la rapidez con que se suceden los cambios en el proceso de formación del marco técnico y legal regulador del curso, no se garantiza que la información facilitada sea en todo momento exhaustiva, exacta o actualizada.

Las opiniones expresadas en los textos sobre diversos aspectos temáticos representan exclusivamente el punto de vista del profesor o autor que las realiza.

© UNED, 2026

Introducción

Los servicios y comunicaciones por Internet tienen cada día más presencia en nuestra sociedad, convirtiéndose en herramientas imprescindibles tanto para usuarios, que cada vez demandan más su utilización, como para empresas y organizaciones que quieran estar en la vanguardia del trato con sus clientes, ya sean reales o potenciales.

Paralelamente a la explosión que en los últimos tiempos han sufrido las Redes Sociales, así como diversos canales de comunicación online, ha surgido la necesidad dentro del mundo empresarial de contar con nuevos profesionales debidamente preparados en el campo del Community Management y las Redes Sociales. Este vertiginoso cambio de modelo al que estamos asistiendo, ha propiciado que el Community Manager se haya convertido en uno de los profesionales en alza más demandados hoy en día a nivel empresarial. Las empresas buscan profesionales que sean capaces de desempeñar el papel de responsables de una comunidad de usuarios en Internet; capaces de crear, gestionar y dinamizar adecuadamente comunidades en torno a una determinada marca, pero que, al mismo tiempo, posean un profundo conocimiento de todas las herramientas técnicas que existen en el mercado para llevar a cabo un análisis detallado de los procesos que tienen lugar cuando se pone en marcha un determinado proyecto Social Media, de modo que se le pueda sacar un aprovechamiento óptimo.

La radical transformación que ha sufrido el mundo del marketing en los últimos tiempos no puede achacarse a una moda, sino que forma parte de una auténtica revolución en torno a la forma de comunicación entre las personas. Las empresas no son ajenas a este vertiginoso cambio en el que se encuentra inmersa nuestra sociedad, por este motivo las nuevas estrategias empresariales destacan la importancia de mantener una buena imagen corporativa en los distintos canales de comunicación que ofrece Internet. Se puede decir que las empresas se han dado cuenta de la rentabilidad a la hora de invertir en su propia identidad digital y en el nuevo modelo de atención al cliente.

Los nuevos tiempos se imponen y aquellos profesionales capaces de estar a la altura de las nuevas circunstancias y que cuenten con los conocimientos necesarios que les permitan sacar partido del nuevo escenario, con unas tecnologías que se actualizan constantemente, podrán situarse en posiciones privilegiadas y adquirir un valor añadido al subirse a la ola de este mercado emergente. A través de este curso se recibe la formación adecuada para el desempeño de esta profesión en auge y se analizan una serie de casos prácticos que han cosechado grandes éxitos dentro de este campo

En el curso se analizarán diversos canales de comunicación on-line, así como las funciones y habilidades necesarias a la hora de desarrollar un proyecto Social Media. En este sentido, se estudiarán a fondo las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar el papel de Community Manager, tanto a la hora de diseñar y desarrollar acciones en distintas Redes Sociales, como a la de medir el impacto que dichas acciones tienen dentro de una determinada estrategia empresarial. También se hará especial hincapié en la utilización de la Inteligencia Artificial para aprender cómo se puede sacar partido de su uso, así como en las buenas y malas prácticas en el desempeño profesional.

Dirigido a:

El curso está dirigido a todas aquellas personas que deseen formarse como Community Managers y orientar su carrera profesional hacia el sector de los Social Media. También es perfecto para cualquier profesional que quiera potenciar su currículum y adquirir conocimientos en el campo del Community Management, las Redes Sociales y el Marketing Digital, en respuesta a las necesidades e intereses del mundo del trabajo, con lo que puede complementar muy bien distintos perfiles profesionales.

Todos los temas se tratan desde la base, por lo que no es necesario tener conocimientos previos para el aprovechamiento del curso, únicamente se recomienda poseer unos conocimientos mínimos de informática a nivel de usuario. La titulación inicial exigida es una titulación universitaria de grado o equivalente, pero al tratarse de un curso de Experto Profesional, aquellas personas relacionadas con la Comunicación Audiovisual, el Marketing Digital, el uso de las Redes Sociales o las Tecnologías de la Información en general, que estén trabajando, o bien deseen hacerlo en este sector en expansión, **también pueden realizar el curso aunque no estén en posesión de un título universitario**.

Los conocimientos teórico-prácticos aportados constituyen un valor añadido, tanto para emprendedores, como para todo tipo de profesionales en general; especialmente, a la hora de enfrentarse a nuevos retos y diseñar procesos de expansión que permitan la captación de nuevos clientes y aumentar el nivel de fidelización de los que ya lo son, pilar fundamental en el desarrollo no sólo de las grandes empresas, sino también de las Pymes y todo tipo de organizaciones en general. Se incorpora el estudio de la Inteligencia Artificial como recurso emergente y altamente relevante en el ámbito del Community Management, ofreciendo las pautas para poder trabajar de forma más estratégica, conectar mejor con la comunidad y fortalecer la presencia digital de una marca.

El objetivo que se persigue es poder aplicar todo lo aprendido sobre redes sociales al mundo de la empresa y las organizaciones en general, por lo que el curso tiene un enfoque predominantemente práctico. En el curso se analizan las nuevas tendencias emergentes en el campo del Community Management y se prepara a los estudiantes para enfrentarse a los desafíos y oportunidades futuras.

Metodología

La metodología con la que se ha diseñado el curso, y que se seguirá durante su desarrollo, es la específica de la Educación a Distancia del modelo de la UNED. Sin embargo, y teniendo en cuenta el tipo de contenido tecnológico que se presenta, en esa metodología se incluye de una forma muy importante y relevante la utilización del ordenador y dispositivos móviles, así como de las redes públicas de comunicación y de los servicios telemáticos como medios que soporten la comunicación entre los alumnos y los profesores. Todo ello sin dejar de lado los métodos de tutorización y enseñanza a distancia tradicionales, permitiendo al alumno elegir el método o los métodos que utilizará en el contacto con los profesores del curso, siempre con el objetivo de que el aprendizaje sea lo más efectivo posible.

El método de aprendizaje que se propone le permitirá, como alumno, obtener una adecuada formación y un correcto seguimiento del curso, estando basado en:

- **Material Didáctico** Debido al dinamismo, a la rápida evolución y a la necesaria actualización de los contenidos de los temas propuestos, el material didáctico se compone de un **material específico desarrollado especialmente para cada edición del curso** siguiendo el modelo educativo de la UNED, que deberá ser descargado del Servidor a través de Internet. Este material está formado por guías didácticas con orientaciones para el estudio de los diversos contenidos del programa y por documentación referente a capítulos o partes del temario escritas específicamente para el curso. También se cuenta con una **bibliografía general básica**, formada por libros técnicos de actualidad. Igualmente, se pondrá a disposición de los estudiantes revistas y material especializado relacionado con el curso.

- **Tutorías** La orientación y atención al alumno por parte de los profesores se realizan preferentemente mediante tutoría telemática, utilizando el correo electrónico en Internet o Redes IP y, en casos en los que el alumno lo requiera, también telefónicamente, de forma presencial, por correo postal o fax.

  La atención es personalizada, como corresponde a un servicio de formación de elevada calidad, característica común a todas las acciones formativas impartidas por la UNED. El material docente se facilita al alumno con la suficiente antelación, para que éste pueda desde el primer momento disponer de la información precisa, así como adaptar el ritmo de estudios a sus circunstancias específicas. Los textos son propios de la UNED, estando la mayoría de los materiales desarrollados de forma específica para el curso.

- **Pruebas de Evaluación Continua (PEC)** Estas pruebas, que deberá realizar el alumno de forma personal utilizando el material didáctico del curso, le **permiten conocer el grado de asimilación de los contenidos de cada Unidad Didáctica del programa**, detectar las dudas y recibir, una vez corregidas por los profesores, las orientaciones y comentarios necesarios.

  Las Pruebas de Evaluación Continua están compuestas por una serie de ejercicios que debe responder utilizando un procesador de textos estándar (como Microsoft Word) y en el espacio aconsejado (aproximadamente). A lo largo del curso, el alumno deberá recoger del servidor web de la Plataforma Virtual del curso las PEC de cada Unidad Didáctica, siendo conveniente que respete los plazos establecidos para su realización, ya que ello le permitirá realizar un seguimiento uniforme del curso, evitando las prisas y carencia de desarrollo didáctico del posible "apretón" final.

  Como preparación a las Pruebas de Evaluación Continua (PEC) se pondrán previamente en el servidor web una serie de Ejercicios Personales en lo que se denomina **Prueba de Autoevaluación (PAE)**, de forma que el alumno vaya comprobando su nivel de maduración y de asimilación de los contenidos del curso. Posteriormente, se pondrán en el servidor web las soluciones a estas pruebas de autoevaluación, para que el alumno verifique sus respuestas.

- **Trabajos Prácticos (TP)** Además de las Pruebas de Evaluación Continua, los alumnos deberán realizar un Trabajo Práctico por Unidad Didáctica, para ello **contarán con Guías específicamente desarrolladas** para ayudarles a desarrollar cada uno de los aspectos relacionados con los trabajos.

- **Trabajo o Proyecto de Fin de Curso** Este trabajo es el más importante del curso, y en él deberá **desarrollar un tema o realizar un trabajo práctico utilizando los conocimientos adquiridos durante el curso**, sobre un tema específico que nos proponga (porque le interese especialmente), o sobre alguno de los temas que le sugeriremos.

- **Sesiones Presenciales** En estas sesiones, que se realizarán utilizando la red de videoconferencia de la UNED (retransmitidas por Internet), podrá asistir y participar en conferencias y mesas redondas en las que se desarrollarán temas de actualidad e interés relacionados con los contenidos del curso. El carácter de estas sesiones presenciales será **totalmente voluntario** y en ellas se contará con invitados de reconocido prestigio en sus campos para que nos hablen de temas de máxima actualidad.

Dentro de este modelo de aprendizaje y de formación a distancia, la comunicación telemática entre usted y nosotros es la pieza fundamental. Como ya se ha dicho, esta comunicación se llevará a cabo preferentemente a través de Internet y la Plataforma Virtual del curso.

El material didáctico que necesite a lo largo del curso (material específico, Pruebas de Autoevaluación, Pruebas de Evaluación Continua, Guías y Trabajos Prácticos...) estará disponible en el Servidor del curso a través de Internet, para que, a modo de librería virtual, usted pueda ir trabajándolo con ayuda de su ordenador según lo vaya necesitando a medida que se desarrolle el curso.

Se recomienda que durante el desarrollo del curso se conecte con frecuencia a la Plataforma Virtual del mismo, para poder tener acceso a otro tipo de materiales de apoyo que estarán presentes en el propio Servidor, como son las direcciones URLs para la ampliación de los contenidos, otros materiales adicionales o el directorio de empresas del sector.

De la misma manera, este servidor también se utilizará para que nos envíe sus consultas y las Pruebas de Evaluación Continua que realice, así como para recibir las respuestas por parte de los profesores (distribución electrónica de material). Por último, también servirá de medio de comunicación de cualquier noticia de interés general relacionada con el curso a través de un panel dedicado a tal efecto.

Durante el curso seguiremos trabajando en conseguir las mejores condiciones para su aprendizaje, comunicándoles mediante la Plataforma Virtual las noticias que se vayan produciendo. Que usted conozca nuestra Plataforma, así como el funcionamiento de nuestra área de trabajo virtual, forma parte del objetivo del primer bloque temático, llamado "Presentación del Curso", en el que se dan las pautas fundamentales para lograr alcanzar el aprovechamiento óptimo del mismo.

Evaluación

La metodología que se ha diseñado para el curso permite un seguimiento y una evaluación continua e individualizada de cada alumno, atendiendo y ponderando en cada caso su trabajo, estando basada en:

- Las Pruebas de Evaluación Continua más el Trabajo Práctico de cada una de las Unidades Didácticas (un 70% de la nota final).
- El Trabajo o Proyecto Fin de Curso (un 30% de la nota final).
- Las consultas y la participación en la Plataforma Virtual del curso también podrán ser tenidas en cuenta para mejorar la nota final.

Una vez finalizado el curso, y si lo supera satisfactoriamente, obtendrá el Título propio del Programa de Desarrollo Profesional y Personal de la UNED de "***Diploma de Experto Profesional en COMMUNITY MANAGER: TECNOLOGÍA Y PRÁCTICA APLICADAS A LA SOCIAL MEDIA***".

Además, el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica, Control, Telemática y Química Aplicada a la Ingeniería (DIEECTQAI) de la UNED, como responsable del curso, le extenderá un **Certificado Académico Personal** en el que se especificarán con todo detalle la descripción de los contenidos, la carga lectiva del curso (**20 créditos ECTS**), las calificaciones (parciales y final) obtenidas y cualquier otra cuestión (cualitativa y cuantitativa) que sirva para constatar la calidad del trabajo realizado.

Programa

El contenido del curso está dividido en tres bloques: dos bloques temáticos o Unidades Didácticas y un Trabajo o Proyecto de Fin de Curso. Según esta estructura, el programa del curso es el siguiente:

Unidad Didáctica 1: COMMUNITY MANAGEMENT Y SOCIAL MEDIA

Capítulo 1: Introducción al Community Management y Social Media, incorporación de la IA

- Definición de Community Management y Social Media
- Historia y evolución de las Redes Sociales
- Caracterización de las Redes Sociales de mayor relevancia
- Importancia del Community Manager para las marcas y organizaciones: Funciones y Responsabilidades

- Tendencias actuales en Social Media, integración de la Inteligencia Artificial en el desempeño profesional

Capítulo 2: Fundamentos de Marketing Digital en Redes Sociales

- Principios básicos de Marketing Digital
- Nuevo modelo de Atención al Cliente
- Identidad y Reputación Digital de una empresa u organización
- El embudo de conversión y el Customer Journey
- Identificación y Segmentación de Audiencias
- Construcción y mantenimiento de una comunidad en línea
- Establecimiento de objetivos y KPIs en Social Media

Capítulo 3: Planificación Estratégica en Social Media, ayuda de la IA

- Análisis de la audiencia y segmentación, cómo incorporar Inteligencia Artificial
- Establecimiento de objetivos SMART
- Creación de un Plan de Social Media
- Desarrollo de una estrategia de contenido
- Cómo hacer frente a una crisis online
- Herramientas de trabajo en el día a día de las Comunidades Virtuales

TRABAJO PRÁCTICO Y GUÍA - WordPress para un Community Manager: Desarrollo de Webs y Blogs. Utilización de la Inteligencia Artificial en el desarrollo de contenidos.

Capítulo 4: Plataformas de Redes Sociales (Parte 1)

- El valor del marketing en las Redes Sociales: el mejor enfoque
- Terminología clave en Redes Sociales
- Análisis detallado de las principales plataformas: Facebook, YouTube, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, Pinterest, WhatsApp, Snapchat, Reddit, Threads...
- Creación de Redes Sociales en plataformas clave para una empresa
- Cómo atraer público y sacar partido de las Redes Sociales
- Mejores prácticas recomendadas para cada plataforma

Capítulo 5: Plataformas de Redes Sociales (Parte 2)

- Creación y optimización de campañas en Redes Sociales
- Gestión de perfiles y páginas empresariales
- Integración de múltiples plataformas en una estrategia coherente de social media
- Pasos clave para la creación de campañas en distintas Redes Sociales
- Estrategias específicas para cada plataforma: creación de campañas en Facebook, YouTube, Instagram, X, LinkedIn, TikTok, Pinterest, WhatsApp, Snapchat, Reddit, Threads...
- Análisis de las campañas desarrolladas en Redes Sociales: Extracción de información sobre la audiencia en cada plataforma

Unidad Didáctica 2: CREACION Y PROMOCIÓN DE CONTENIDOS. ESTRATEGIAS DE ENGAGEMENT. INTEGRACIÓN DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Capítulo 6: Creación y Gestión de Contenidos, ayuda de la IA. Ética y Legalidad en Social Media

- Desarrollo de contenido creativo y relevante: estrategias de storytelling en Redes Sociales
- Plan de contenidos: calendarios editoriales y programación de publicaciones
- Curación de contenidos y conceptos básicos a la hora de comunicar
- Herramientas de Inteligencia Artificial para mejorar la creatividad y personalización del contenido
- Protección de la privacidad y seguridad de los usuarios
- Marco Legislativo: propiedad intelectual y protección de datos
- Responsabilidad y transparencia en la comunicación corporativa en línea

Capítulo 7: Técnicas de Promoción: Posicionamiento Natural (SEO) y evolución al GEO, Local (SEO Local), Patrocinado (SEM), Social (SMO y SMM) y otras Técnicas de Posicionamiento

- Introducción al posicionamiento de contenidos

- Fundamentos y objetivos del SEO
- Búsqueda y optimización de Palabras Clave o Keywords
- Optimización del rendimiento del SEO
- Medición del rendimiento del SEO: Fuentes de tráfico
- Cómo trabajar y sacar partido del SEO Local
- Fundamentos y objetivos del SEM
- Creación de una campaña de búsqueda de pago con Google Ads
- Gestión de una campaña de búsqueda de pago
- Métrica de una campaña de búsqueda de pago

Capítulo 8: Publicidad y Promoción de Contenidos en Redes Sociales, personalización con IA

- Publicidad mediante Redes Sociales: Social Advertising
- Objetivos publicitarios y tipos de anuncios
- Cómo crear anuncios que funcionen en cada plataforma y utilizar la Inteligencia Artificial para personalizarlos
- Creación de campañas de pago con Facebook Ads, YouTube Ads, Instagram Ads, X Ads, LinkedIn Ads y otras plataformas
- Desarrollo práctico de contenidos de promoción, uso de la IA

Capítulo 9: Monitorización y Gestión de la Reputación Online. Analítica y Medición de Resultados. Optimización de estrategias con IA

- Monitorización de la reputación de una marca
- Herramientas de Monitorización y escucha social
- Construcción y mantenimiento de la reputación online
- Métricas clave de Redes Sociales
- Herramientas de análisis y reporting
- Interpretación de métricas y toma de decisiones: Optimización de estrategias basadas en datos e Inteligencia Artificial

TRABAJO PRÁCTICO Y GUÍA - Analítica Web y Local para un Community Manager: Google Analytics y Google My Business

Capítulo 10: Rentabilidad, Éxito y Retorno de la Inversión. Estrategias Avanzadas, IA y Tendencias Futuras

- Éxito y Retorno de la Inversión: cálculo de la inversión y los beneficios
- Informes de rendimiento y ROI en Social Media

- Estrategias avanzadas de Social Media Marketing
- Tendencias emergentes en Social Media
- Aplicación de la Inteligencia Artificial en Marketing Digital y la gestión de Comunidades Virtuales
- Preparación para cambios y evoluciones futuras del Community Management

TRABAJO O PROYECTO FIN DE CURSO

Pruebas y Trabajos

Durante el curso le propondremos la realización de una serie de Ejercicios Personales denominados Prueba de Autoevaluación (PAE) en cada una de las Unidades Didácticas, cuya resolución y la posterior autoevaluación que realizará con ayuda de las soluciones que le suministraremos, le permitirán una evaluación de sus conocimientos, así como una preparación para la posterior Prueba de Evaluación Continua (PEC) que sí es evaluable. Los ejercicios de la Prueba de Autoevaluación (PAE) se publicarán a mediados de la Unidad Didáctica, son de carácter voluntario y no deben entregarse.

A la vez que se publica en el servidor web la Prueba de Evaluación Continua (PEC), compuesta por una serie de ejercicios que son de carácter obligatorio y deben entregarse para ser evaluados, se enviarán las soluciones a los Ejercicios Personales de la Prueba de Autoevaluación (PAE) de esa Unidad Didáctica.

Una vez evaluados los documentos de la PEC y los Trabajos Prácticos enviados por cada estudiante, los profesores del curso enviarán a cada alumno, a título personal, la evaluación, correcciones y soluciones de su Prueba de Evaluación Continua y los Trabajos Prácticos de cada Unidad Didáctica, con objeto de que cada estudiante conozca los fallos u omisiones que ha tenido su trabajo, así como qué podría hacer para mejorarlo.

Bibliografía y Materiales

Para el estudio de los contenidos del programa, además del material específico que se irá poniendo en el Servidor del curso, el equipo docente le recomienda la siguiente bibliografía general básica:

- Florido, Miguel Ángel; Máñez, Rubén. *Curso de Community Manager. Descubre cómo gestionar las redes sociales de forma profesional*. Ed. Anaya, 2023.
- A. Dotras. *Social Media. Herramientas y estrategias empresariales.* RAMA Editorial, 2016.

- J. C. Mejía Llano. *La Guía Avanzada del Community Manager*. Ed. Anaya Multimedia, 2015.
- C. Martínez Priego y otros. *Quiero ser Community Manager: 10 profesionales y 5 compañías analizan una nueva realidad*. ESIC Business Marketing School, 2012.
- M. Sicilia y otros. *Marketing en Redes Sociales*. Ed. ESIC, 2021.
- M. Baixas Calafell. *El gran libro de los Negocios Online: Todo lo que necesitas saber y hacer para idear, desarrollar y comercializar tu Negocio Online*. Ed. Planeta, 2020.
- D. C. Martín. *SEO. Curso Práctico*. RAMA Editorial, 2018.
- D. Ayala. *Visibilidad online: Inmortaliza tu marca (Social Media)*. Ed. Anaya Multimedia, 2020.
- Diverso material en formato electrónico (PDF en color) que cubre el programa del curso (en el servidor del curso).

Textos Complementarios:

Además de la bibliografía señalada, otros textos podrán ser consultados por los alumnos en los locales del Departamento, y dentro de las horas de tutorías, mediante cita previa.

Textos Específicos del Curso:

- **Unidad Didáctica 1:** Capítulos 1, 2, 3, 4 y 5.
- **Unidad Didáctica 2:** Capítulos 6, 7, 8, 9 y 10.
- **Pruebas de Autoevaluación (PAE)**
- **Pruebas de Evaluación Continua (PEC)**
- **Trabajos Prácticos (TP) y Guías complementarias**
- **Guía del Trabajo Final (TF)**

Textos Adicionales:

- Artículos varios de libros y revistas, como complemento a los contenidos del curso.
- Material Audiovisual (audios y vídeos) que cubren distintos aspectos del curso.

Profesores

La Directora del curso es la profesora Dña. Clara María Pérez Molina. A continuación se relacionan los profesores que participan en el curso.

Dña. Clara María Pérez Molina es Doctora Ingeniera Industrial por la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de la Universidad Nacional de Educación a Distancia y Licenciada en Ciencias Físicas por la Universidad Complutense de Madrid. Ha obtenido el *Premio a los mejores Materiales Didácticos en Ciencias Experimentales* del Consejo Social de la UNED en 1998 y el *Accésit a la buena práctica del Personal Docente e Investigador y de Administración y Servicios* del Consejo Social de la Universidad en 2018. Actualmente es Profesora Titular de Universidad del Área de Ingeniería de Sistemas y Automática en el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica, Control, Telemática y Química Aplicada a la Ingeniería de la UNED.

Sus áreas de interés incluyen el e-learning, las nuevas tecnologías aplicadas a la educación, y la Inteligencia Artificial entre otras. Ha sido nombrada en 2020 senior member del IEEE (Institute of Electrical and Electronics Engineers), la mayor organización profesional técnica a nivel mundial dedicada al avance tecnológico para el beneficio de la humanidad. Lleva varios años participando y coordinando diversos proyectos de investigación, tanto nacionales como internacionales, y es autora de numerosas comunicaciones científicas presentadas a congresos y revistas especializadas.

Ha sido Coordinadora del Máster Universitario en Sistemas Electrónicos de Información y Comunicación durante más de 7 años. Actualmente es Coordinadora del Grupo de Investigación Docente en Tecnologías Educativas para la Industria Conectada y desempeña el cargo de Subdirectora de Gestión Académica y Comunicación de la de la ETS de Ingenieros Industriales de la UNED.

D. Carlos Enrique Sedano Flores es Ingeniero Técnico Superior de Minas (Especialidad en Energía y Combustibles) y Máster en Dirección de Márketing y Gestión Comercial (GESCO) por ESIC Business & Marketing School. Ha realizado los cursos de doctorado en Tecnologías de la Comunicación en la Universidad Carlos III de Madrid, así como el Ciclo Formativo de Grado Superior en Automoción y Mecánica del Automóvil. Además, está en posesión del Certificado de Aptitud Pedagógica otorgado por el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad Complutense de Madrid.

Es socio fundador de AGIB Consultores, empresa de consultoría SEO y SEM con varios casos de éxito en diferentes sectores, socio fundador y director de márketing (CMO) de ARYDOL, siendo el responsable de la planificación de marketing estratégico digital de esta asociación y socio fundador y partner de Maestrum, empresa dedicada al sector de la automoción. Además es director

digital de AELOR, dando soporte al desarrollo de la estrategia digital de la editorial. Ha pasado por varios puestos de responsabilidad en las áreas de Estrategia y Desarrollo de Negocio, Marketing de Producto y de Segmento, Comercial y de Provisión de la compañía Telefónica de España, estando actualmente ligado a la implantación del producto estrella, Movistar Fusión Empresas.

Tiene experiencia docente trabajando como profesor colaborador de Telefónica de España, S.A.U., así como conferenciante en ESADE Business & Law School y en IESE Business School.

D. Pablo Losada de Dios es Ingeniero Técnico de Telecomunicaciones por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM) en la rama de Imagen y Sonido. Es experto en Desarrollo de Aplicaciones multimedia, Sistemas de gestión de base de datos y Comunicaciones Redes y Servicios por la UNED. Trabajó en el Centro de Servicios informáticos de la UNED y ha obtenido dos veces el premio del Consejo Social de la UNED por los mejores Materiales Didácticos en Ciencias Experimentales en 1998 y por el Desarrollo del Portal de Datos abiertos OTOM-UNED en 2017.

Es Jefe del Laboratorio del Departamento IEECTQAI de la ETSII de la UNED, encargado de la supervisión y coordinación del laboratorio, soporte de Sistemas informáticos, diseño de portales y aplicaciones Web y Websmaster de los diversos servidores del Departamento. Fue Becario de Investigación en proyectos de Tecnología Eléctrica entre los años 1995 y 1999 y Personal investigador contratado entre 2006 y 2012 donde colaboró en diversos proyectos de tecnología multimedia para enseñanza a distancia.

En la actualidad colabora en varios proyectos de e-learning y Laboratorios Virtuales, dando soporte en el desarrollo de plataformas. Es coautor de varias publicaciones del entorno Multimedia, desarrollo de Aplicaciones Web y desarrollo de Plataformas virtuales. Ha participado durante más de 20 años como colaborador externo en diversas titulaciones propias de Formación Permanente de la UNED impartidas por el Departamento IEECTQAI de la UNED.

D. Sergio Martín Gutiérrez es Doctor por el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y de Control de la ETS de Ingenieros Industriales de la UNED, Ingeniero Superior de Informática, Especialidad Aplicaciones y Sistemas Distribuidos, por la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), obteniendo Matrícula de Honor con el proyecto "Gestor de Aplicaciones basado en localización mediante redes inalámbricas", e Ingeniero Técnico de Informática, Especialidad Sistemas, por la Universidad Politécnica de Madrid (UPM).

Actualmente es Catedrático de Universidad en el Departamento de Ingeniería Eléctrica, Electrónica, Control, Telemática y Química Aplicada a la Ingeniería (DIEECTQAI) de la UNED, es Coordinador del Máster Universitario en Industria

Conectada y Coordinador, junto con Clara Pérez, del Grupo de Investigación en Industria Conectada y Tecnologías Educativas para la Ingeniería. Ha participado desde 2002 en varios proyectos de investigación relacionados con movilidad e inteligencia ambiental, localización y redes inalámbricas, así como en proyectos relacionados con e-learning y nuevas tecnologías aplicadas a la enseñanza. Así mismo, ha publicado artículos en revistas y conferencias nacionales e internacionales, obteniendo en 2007 el premio Jean Peperstraete al segundo mejor artículo en la Conferencia Internacional de Innovación en Educación en Ingeniería Eléctrica y de la Información. En 2024 obtuvo el Premio del Consejo Social de la UNED por EduCopilot: Inteligencia Artificial Generativa en la Educación Superior.

Calendario

El inicio oficial del curso es el **jueves 3 de diciembre de 2026**.

Preste atención al tablón de anuncios del Servidor del curso. Allí irán apareciendo todas las fechas que debe tener en cuenta a la hora de seguir el mismo.

Durante los meses de diciembre de 2026 a junio de 2027 se desarrollarán las dos Unidades Didácticas del curso según el siguiente calendario:

03-12-2026	**INICIO** del curso. Entrada de estudiantes a la Plataforma Digital.
10-12-2026	Inicio **Unidad Didáctica 1** en el Servidor de los Cursos: *Publicación del capítulo 1*.
17-12-2026	*Publicación del capítulo 2.*
Periodo NO LECTIVO	***NAVIDAD:*** *Del lunes 21 de diciembre de 2026 al jueves 7 de enero de 2027, ambos inclusive.*
08-01-2027	*Publicación del capítulo 3.*
14-01-2027	*Publicación del **TRABAJO PRÁCTICO TP1 de la UD 1**.*
21-01-2027	*Publicación del capítulo 4.*
28-01-2027	*Publicación del capítulo 5.*
04-02-2027	**Ejercicios de Autoevaluación de la UD 1** en el Servidor de los Cursos.
11-02-2027	Soluciones a los Ejercicios de Autoevaluación de la U.D. 1 en el Servidor de los Cursos. **Prueba de Evaluación Continua PEC1** en el Servidor de los Cursos.

25-02-2027	Fecha límite para enviar la Prueba de Evaluación Continua PEC1 y el TRABAJO PRÁCTICO TP1 de la Unidad Didáctica I. Inicio **Unidad Didáctica 2** en el Servidor de los Cursos: *Publicación del capítulo 6.*
04-03-2027	*Publicación del capítulo 7.*
11-03-2027	*Publicación del capítulo 8.*
18-03-2027	*Publicación del capítulo 9.*
Periodo NO LECTIVO	***SEMANA SANTA:*** *Del lunes 22 al lunes 29 de marzo de 2027, ambos inclusive***.**
01-04-2027	*Publicación del* ***TRABAJO PRÁCTICO de la UD 2****.*
08-04-2027	*Publicación del capítulo 10.*
15-04-2027	**Ejercicios de Autoevaluación de la UD 2** en el Servidor de los Cursos.
22-04-2027	Soluciones a los Ejercicios de Autoevaluación de la U.D. 2 en el Servidor de los Cursos. **Prueba de Evaluación Continua PEC2** en el Servidor de los Cursos.
06-05-2027	Fecha límite para enviar la Prueba de Evaluación Continua PEC2 y el TRABAJO PRÁCTICO TP2 de la Unidad Didáctica 2. Publicación de la **Guía para la elaboración del Trabajo Fin de Curso** en el Servidor de los Cursos.
13-05-2027	Fecha límite para la asignación del título del **Trabajo de Fin de Curso**.
15-06-2027	Fecha límite para enviar el Trabajo de Fin de Curso.
Final 06-2027	Envío de certificados y notas del curso.
Comienzo 07-2026	**CIERRE** del curso.

En las fechas señaladas como límite para enviar las Pruebas de Evaluación Continua se deberán enviar las pruebas mediante la aplicación existente en el Servidor Web de la Plataforma Virtual del Curso. De mediados del mes de mayo a mediados del mes de junio de 2027 está prevista la realización del Trabajo Fin de Curso, que deberá ser enviado como fecha tope el día 15 de junio.

Todas las fechas son aproximadas, existiendo cierta flexibilidad en los plazos, aunque es conveniente que se respeten para el correcto desarrollo pedagógico de la programación del curso. Sin embargo, el **15 de junio de 2027** es la única fecha definitiva que no puede prorrogarse: toda la documentación (Trabajo Fin de Curso, Pruebas de Evaluación Continua y Trabajos Prácticos) que desee que sea evaluada por los profesores del curso debe estar entregada antes de esa fecha.

Se comunicará con la debida antelación las distintas actividades voluntarias que se realizarán a lo largo del curso, como sesiones con exposición de temas actuales por profesionales de empresas y universidades que destaquen en temas relacionados con la materia del curso.

La clausura del curso está prevista para el **lunes 5 de julio 2027.**

Consultas

Las tutorías, como ya se ha indicado, son principalmente telemáticas, a través de Internet. Los profesores son las personas a las que siempre debe dirigirse para cualquier tema relacionado con los contenidos del curso.

Las direcciones de correo electrónico de los profesores del curso son las siguientes:

profesor-cm@ieec.uned.es

clarapm@ieec.uned.es (Directora)

La Plataforma Virtual de seguimiento por Internet del curso le proveerá de herramientas para la comunicación segura y directa con los profesores del curso. Tendrá a su disposición foros para la comunicación con sus compañeros del curso, así como FAQ (preguntas más frecuentes), y otras secciones dedicadas a cada una de las Unidades Didácticas y Trabajos Prácticos que le ayudarán en el seguimiento del curso y la realización de las gestiones relacionadas con el mismo (evaluación, certificado del curso, etc.).

Por otro lado, la Uned proporciona un Soporte Informático a los estudiantes para resolver cualquier duda o consulta relacionada con el servicio de Campus Virtual de la Universidad. El servicio se presta en horario de lunes a viernes de 9:00 a 20:00h (excepto festivos nacionales) en el teléfono 913 988 801, o bien a través de la dirección de correo electrónico:

buzonestudiantes@csi.uned.es

Por último, en casos en los que no sea posible la comunicación a través del correo electrónico, o bien debido al carácter de la consulta el estudiante prefiera la comunicación directa, los números de teléfono del Departamento en los que se realizará la tutoría telefónica, son:

Profesor del curso:	***913 987 746***
Secretaria del Departamento:	***913 986 494***

El horario preferente de atención será las mañanas de lunes a jueves de 10 a 14 horas y las tardes de los miércoles de 15 a 19 horas, aunque los profesores también atenderán consultas fuera de ese horario si algún estudiante lo solicita.