

CONTENT CURATOR

CONTENT CURATOR

Duración: 56 horas

Precio: consultar euros.

Modalidad: e-learning

Objetivos:

Descripción: Conocer e indagar en las fases y el proceso de Curación de contenidos. Acercar al alumno al contexto de la curación de contenido: La Web 2.0 y la sociedad de la información. Se estudia cual es el rol del Content Curator a raíz de la web 2.0. Se analiza las profesiones que tienen mayor relacion como documentación y periodismo. Conocer los sistemas de la content curation: características. Analizar el contenido y los tipos de curación de contenidos. Conocer la importancia del diseño en la curación de contenido. Conocer diferentes herramientas que nos ayudarán en nuestro trabajo de busqueda y selección. Fundamentación: Content curation o curación de contenidos, es un término que con el paso del tiempo se ha ido introduciendo cada vez más dentro de nuestro vocabulario habitual en lo que se refiere a la red, pero, ¿qué es exactamente?. ¿Qué abarca y en qué disciplinas?. En este curso cuando hablamos de curación de contenidos nos estamos refiriendo a la disciplina, mientras que si hablamos de content curator, lo estaremos haciendo del profesional o experto que se dedica a dicho trabajo. La curación de contenidos surge debido a las necesidades de empresas y trabajadores del mundo del marketing de localizar contenidos necesarios generados en la red, con la intención de aportarles valor. A su vez, estas nuevas necesidades han generado nuevos requerimientos, como podrían ser sistemas avanzados de información; y personas especializadas en la filtración y difusión de contenidos. Comienza a ser prácticamente imprescindible su presencia para poder trabajar con certeza y normalidad dentro del complejo panorama informativo actual. En el curso se muestra como los actuales flujos de información, saturados de textos y contenidos, hacen que el trabajo y optimización sobre los mismos sea cada vez más relevante. Por ello, es importante que conozcas los sistemas de curación de contenidos que sean útiles para cualquier actividad, ya sea de carácter personal o profesional, fijando las bases de la curación de contenidos y acercando aspectos de una orientación más práctica. También vas a ver la posibilidad de englobar la curación de contenidos dentro del marketing online, y definirla como un conjunto de técnicas que trata la recolección, organización y presentación de información relevante sobre un tema específico. En la era de la información, resulta básico poder ofrecer la información en base a los intereses de los usuarios, consiguiendo que el usuario intente ir más allá del contenido. Con este programa de curación de contenidos vas adquirir las habilidades para que el contenido te ayude a crear fidelidad e interés hacia la marca siempre y cuando estemos englobados dentro de un plan corporativo. Otro de los motivos básicos de la curación de contenidos es la gran aparición de nuevas tecnologías en las que la información se presenta cada vez más segmentada, permitiendo llegar al usuario de una forma cada vez más sencilla por medio de herramientas como: Blogs. Wikis. Foros. Redes Sociales. Webs. La curación de contenidos es una de esas profesiones que están estrechamente vinculadas a la nueva sociedad de la información, a la que hacemos referencia en base al contexto actual económico, sociológico y cultural. Se estudia la curación de contenidos como una actividad al alza. El curador es un perfil cada vez más demandado. Sin embargo, es un perfil que en ocasiones es difícil de definir y de englobar, comparte semejanzas con algunas de las nuevas profesiones surgidas a raíz de la Web 2.0. La curación de contenidos surge como mayor especialización en la búsqueda, filtrado y tratamiento de contenidos. Es difícil encontrar una definición única y verdadera que englobe todo lo que aporta la figura del content curator, pero si podríamos entenderlo como un profesional que busca información y contenidos, los agrupa y los comparte tratados y añadiéndole valor, tratando siempre de difundir lo más importante dentro de las necesidades que tenga y del ámbito en que trabaje. Sin embargo, no es tan sencillo como pueda a primera vista parecer, seleccionar información y contenidos requiere de una selección importante de fuentes y autorías, búsqueda de

temas relevantes, y posteriormente, una correcta optimización de los contenidos para tratar de adaptarlos lo mejor posible a los canales seleccionados. En este curso se proporcionan conocimientos como el de la idoneidad de no publicar de forma excesiva contenidos acerca de uno mismo o de la propia empresa, el autobombo y egocentrismo puede llegar a resultar exagerado para los usuarios y lectores de nuestra comunidad virtual. En este caso podemos comenzar a ser conscientes que aparte de los contenidos autogenerados por nosotros o nuestra compañía, es importante ser referencia en contenidos e información relacionada, dinamizando la comunidad con contenidos propios y tratados. La figura del content curator puede resultar foco de controversia como muchas otras profesiones surgidas en los últimos años. Las labores de curación de contenidos pueden entrar dentro de las rutinas de otros perfiles como los vinculados a social media. Aunque la verdad es que aquellas empresas más grandes, con más recursos y con estrategias online más contundentes, suelen contar con content curator especialistas, que se encargan de las búsquedas y tratamiento de la información. Un curador de contenidos especializado es capaz también de detectar nuevas tendencias (cool hunting), informar a las altas esferas de la empresa, colaborar con los community manager en la difusión de información, etc. Definitivamente el content curator ofrece a una compañía la interesante posibilidad de obtener contenidos de calidad relacionados con su sector, con la intención de aumentar su público y comunidad virtual, así como el engagement con la marca. Es fácil relacionar, por tanto, que la imagen de la empresa puede verse claramente mejorada con la presencia de un curador de contenidos, debido al perfil de la empresa que abandona la mera publicación de contenidos publicitarios y de promociones para convertirse en un posible medio de referencia en una temática en concreto. Organizar correctamente los recursos también formará parte de la labor del curador de contenidos, haciéndolo en la medida de lo posible a través de sus puntos temáticos en común, hacer esto correctamente nos facilitará posteriormente el trabajo, esa temática debe ser el punto que nos ayude a unificar nuestros recursos. El diseño es la primera fase que deberemos tener en cuenta antes de encarar cualquier estrategia de curación de contenidos, en la que, deberemos preparar y dejar establecidas todas las variables con las que vamos a encontrarnos durante el proceso de curación. Uno de los puntos clave de toda estrategia de curación de contenidos pueden ser la búsqueda, recuperación y posterior selección de contenidos en nuestra estrategia de curación.

© icaformación2026

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

Tema 1. Introducción a la Content Curation.

- Introducción a curación de contenidos.
- Contexto de la curación de contenidos.
- Curación de contenidos y marketing online.
- Conclusiones en la curación de contenidos.

Tema 2. Perfil profesional.

- El content curator y sus tareas.
- El perfil profesional del content curator.
- El content curator en la web social.

Tema 3. Sistema de la Content Curation.

- Sistemas de la Content Curation.
- El contenido.
- Tipos de curación de contenidos.

Tema 4. Diseño.

- La importancia del diseño en la curación de contenido.
- Los objetivos: punto de partida del diseño.
- Decidir el tema: clave en la curación.
- La elección de las fuentes y resultado.
- Diseño y planificación en curación de contenidos.

© icaformación2026

Tema 5. Búsqueda y selección de contenidos.

Introducción a la búsqueda de contenidos.
La monitorización de la web 2.0.
La selección de contenidos.

Tema 6. Caracterización y difusión de contenidos.

La era del sharismo.
Tipo de curación de contenidos.
Caracterización y difusión de contenidos.

© icaformación2026