



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

BROCHURE
CURSO EN
REDES SOCIALES



 www.iseie.com

ÍNDICE DEL CURSO

03

CURSO EN REDES SOCIALES

04

POR QUÉ REALIZAR EL CURSO

05

OBJETIVOS

06

**PARA QUÉ TE PREPARA EL
CURSO**

07

DISEÑO Y CONTENIDO

08

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

09

TITULACIÓN PROPIA

10

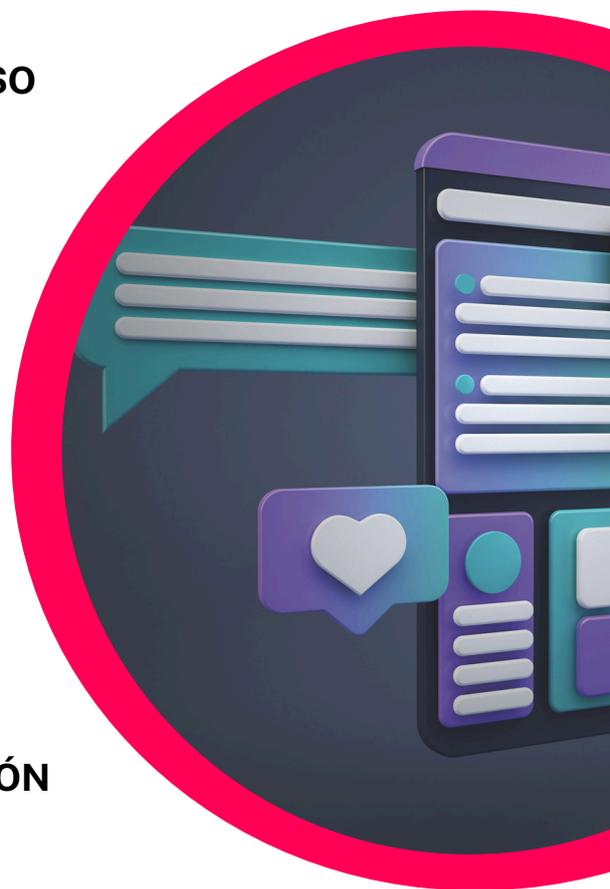
TRABAJO DE FIN DEL CURSO

11

CONTENIDO DEL CURSO

13

UBICACIÓN Y CONTACTO



CURSO EN REDES SOCIALES

Las redes sociales han revolucionado la manera en que nos conectamos, comunicamos y hacemos negocios. Hoy en día, su impacto no solo se limita a las interacciones personales, sino que se ha convertido en una herramienta esencial para las marcas, empresas y profesionales que buscan establecer una presencia sólida y auténtica en línea. Nuestro Curso de Redes Sociales está diseñado para ofrecerte una formación integral que cubra desde los principios básicos de las redes sociales hasta las estrategias más avanzadas para gestionar, optimizar y medir su impacto en el crecimiento de tu negocio.

Este curso abarca una amplia gama de temas, incluyendo la creación de contenido atractivo, el marketing en redes sociales, la gestión de comunidades, y la publicidad pagada. También te proporcionará las habilidades necesarias para analizar el rendimiento de tus campañas y ajustarlas para obtener el mejor retorno de inversión (ROI). Además, explorarás las tendencias emergentes en redes sociales, como la inteligencia artificial, el uso de video, la realidad aumentada, y el impacto del comercio social.

A lo largo de sus módulos, aprenderás cómo diseñar estrategias efectivas de marketing en redes sociales, crear contenido interactivo y visualmente atractivo, manejar campañas publicitarias, gestionar comunidades en línea, y cómo medir y optimizar los resultados a través de métricas clave. El enfoque práctico del curso te permitirá aplicar los conocimientos adquiridos directamente a situaciones del mundo real.



POR QUÉ REALIZAR EL CURSO



El realizar un curso eleva el conocimiento y nivel académico de la persona, convirtiéndola en un elemento fundamental dentro de un esquema de trabajo; su trascendencia radica en el desarrollo de competencias adicionales que adquiere, su proceso formativo se vuelve más sólido y por ende se convierte en un candidato más atractivo para cubrir un puesto preponderante.



Te brinda la oportunidad de adquirir conocimientos actualizados y estar al tanto de las últimas tendencias y avances en tu área de interés. Realizar un curso en un área que te apasiona puede brindarte una gran satisfacción personal. Te permite profundizar en un tema que te interesa y te da la oportunidad de contribuir de manera significativa en ese campo.



OBJETIVOS



Los estudios de postgrado consisten no solo en adquirir conocimientos por parte del participante.



Sino que estos queden supeditados al desarrollo de una serie de competencias en función de los perfiles académicos y los correspondientes perfiles profesionales.



Nuestra función es centrar los objetivos de este programa y los diferentes módulos que lo conforman no solamente en la simple acumulación de conocimientos.



Conocimientos sino también en las hard skills y soft skills que permitan a los profesionales desempeñar su labor de forma exitosa en este mundo laboral en constante evolución.

PARA QUÉ TE PREPARA EL CURSO

- A** Desarrollar estrategias efectivas de marketing en redes sociales adaptadas a tu marca o negocio.
- B** Crear contenido atractivo y valioso para aumentar el engagement de tus seguidores.
- C** Gestionar comunidades en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y TikTok.
- D** Ejecutar campañas publicitarias pagadas que aumenten tu visibilidad y ventas.
- E** Medir y analizar el rendimiento de tus estrategias utilizando herramientas de métricas.
- F** Adaptarte a las últimas tendencias en redes sociales y usar nuevas tecnologías como la inteligencia artificial y la realidad aumentada.



DISEÑO Y CONTENIDO

01

Para el diseño del Plan de estudios de este curso, ISEIE Innovation School ha seguido las directrices del equipo docente, el cual ha sido el encargado de seleccionar la información con la que posteriormente se ha constituido el plan de estudio



02

De esta forma, el profesional que acceda al programa encontrará el contenido más vanguardista y exhaustivo relacionado con el uso de procesos innovadores y altamente eficaces, conforme a las necesidades y problemáticas actuales,



Buscando la integración de conocimientos académicos y de formación profesional, en un ambiente competitivo y globalizado. Todo ello a través de cada uno de sus módulos de estudio presentado en un cómodo y accesible formato 100% online.



03



El empleo de la metodología Relearning en el desarrollo de este programa te permitirá fortalecer y enriquecer tus conocimientos y hacer que perduren en el tiempo a base de una reiteración de contenidos.

04

REQUISITOS DE POSTULACIÓN

Para postular a nuestro curso debes cumplir con los siguientes requisitos:



Documento de identidad



Correo electrónico

A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO

Profesionales de marketing que desean profundizar su conocimiento en la gestión de redes sociales.

Emprendedores y pequeños empresarios que buscan aumentar su presencia en línea y conectar con su audiencia.

Community managers que desean mejorar sus habilidades en la gestión de comunidades y campañas en redes sociales.

Freelancers y consultores digitales interesados en ofrecer servicios de redes sociales a empresas.

Estudiantes o personas interesadas en adentrarse en el mundo del marketing digital y las redes sociales.

Marcas personales que buscan fortalecer su presencia en plataformas sociales.



TITULACIÓN PROPIA



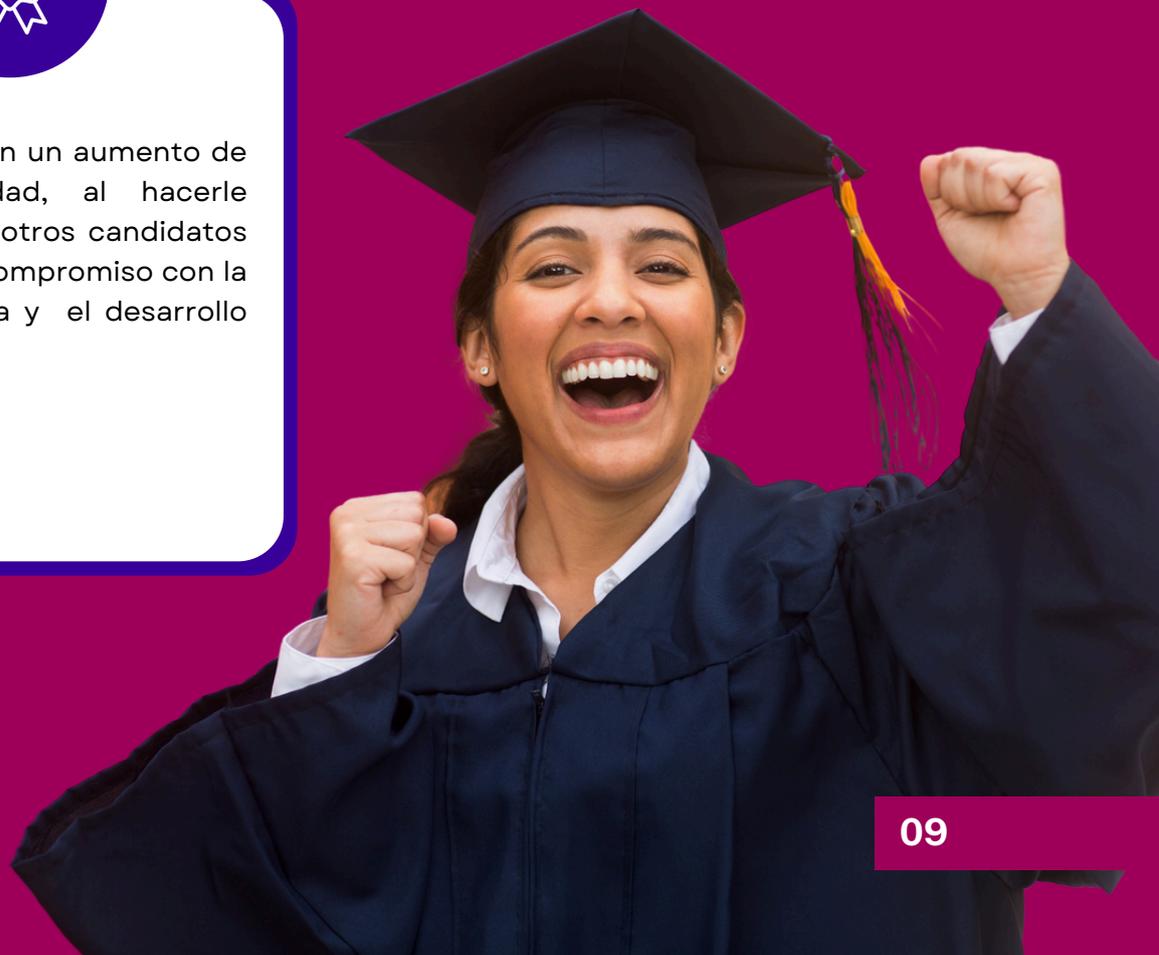
Al concluir el curso los participantes serán galardonados con una titulación propia otorgada por ISEIE Innovation School. Esta titulación se encuentra respaldada por una certificación que equivale a 4 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) y representa un total de 100 horas de dedicación al estudio.



Esta titulación no solo enriquecerá su imagen y credibilidad ante potenciales clientes, sino que reforzará significativamente su perfil profesional en el ámbito laboral. Al presentar esta certificación, podrá demostrar de manera concreta y verificable su nivel de conocimiento y competencia en el área temática del curso.



Esto resultará en un aumento de su empleabilidad, al hacerle destacar entre otros candidatos resaltando su compromiso con la mejora continua y el desarrollo profesional.



TRABAJO FINAL DEL CURSO

A

Una vez que haya completado satisfactoriamente todos los módulos del master, deberá llevar a cabo un trabajo final en el cual deberá aplicar y demostrar los conocimientos que ha adquirido a lo largo del programa.

B

Este trabajo final suele ser una oportunidad para poner en práctica lo que ha aprendido y mostrar su comprensión y habilidades en el tema.

C

Puede tomar la forma de un proyecto, un informe, una presentación u otra tarea específica, dependiendo del contenido del curso y sus objetivos. Recuerde seguir las instrucciones proporcionadas y consultar con su instructor o profesor si tiene alguna pregunta sobre cómo abordar el trabajo final.



CONTENIDO CURSO EN REDES SOCIALES

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y SU IMPACTO

- 1.1 Qué son las redes sociales y cómo han evolucionado
- 1.2 Principales plataformas de redes sociales y sus características
- 1.3 El papel de las redes sociales en la sociedad y el marketing digital
- 1.4 Impacto de las redes sociales en la comunicación y las marcas
- 1.5 Estudio de casos de marcas exitosas en redes sociales
- 1.6 Cómo las empresas utilizan las redes sociales para conectar con su audiencia
- 1.7 El ecosistema digital: el rol de las redes sociales en el marketing multicanal
- 1.8 Comportamiento del usuario en redes sociales
- 1.9 La importancia de la presencia digital y la construcción de la marca personal
- 1.10 Tendencias actuales en redes sociales

MÓDULO 2: ESTRATEGIAS DE MARKETING EN REDES SOCIALES

- 2.1 ¿Qué es una estrategia de marketing en redes sociales?
- 2.2 Definir objetivos SMART para redes sociales
- 2.3 Creación de un plan de contenido
- 2.4 Segmentación de la audiencia: cómo llegar a tu público objetivo
- 2.5 Marketing de contenidos: tipos de contenido y su efectividad
- 2.6 Creación de calendarios de contenido
- 2.7 El uso de hashtags y etiquetas para mejorar el alcance
- 2.8 Cómo planificar campañas publicitarias efectivas
- 2.9 Medición y análisis de la efectividad de las estrategias
- 2.10 Casos de éxito y errores comunes en estrategias de marketing en redes sociales

MÓDULO 3: CREACIÓN DE CONTENIDO ATRACTIVO EN REDES SOCIALES

- 3.1 Tipos de contenido: imágenes, videos, infografías y más
- 3.2 Uso de herramientas de diseño para redes sociales (Canva, Adobe Spark, etc.)
- 3.3 El poder de la narrativa visual en las redes sociales
- 3.4 Creación de contenido interactivo: encuestas, concursos y quizzes
- 3.5 Cómo crear contenido emocionalmente atractivo
- 3.6 Personalización del contenido según la plataforma (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)
- 3.7 El papel del storytelling en la estrategia de contenido
- 3.8 La importancia del video marketing en plataformas como Instagram y TikTok
- 3.9 Optimización de contenido para SEO en redes sociales
- 3.10 Cómo fomentar la participación a través del contenido generado por usuarios (UGC)



MÓDULO 4: Publicidad en Redes Sociales

- 4.1 Introducción a la publicidad en redes sociales
- 4.2 Diferencia entre marketing orgánico y marketing pagado
- 4.3 Anuncios en Facebook e Instagram: creación y segmentación
- 4.4 Google Ads vs. Social Media Ads
- 4.5 Cómo crear anuncios efectivos en LinkedIn, YouTube, y Twitter
- 4.6 El poder del remarketing en las campañas publicitarias
- 4.7 Establecimiento de presupuestos y pujas para campañas publicitarias
- 4.8 Seguimiento y análisis del rendimiento de los anuncios
- 4.9 Estrategias para optimizar el retorno de inversión (ROI)
- 4.10 Uso de influencers y microinfluencers en campañas publicitarias

MÓDULO 5: GESTIÓN DE LA COMUNIDAD EN REDES SOCIALES

- 5.1 ¿Qué es la gestión de la comunidad?
- 5.2 Cómo crear una comunidad activa y participativa
- 5.3 Herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, Buffer, Sprout Social)
- 5.4 La importancia de la interacción con los seguidores: comentarios, mensajes, y más
- 5.5 Cómo responder a críticas y comentarios negativos
- 5.6 Fomentar la lealtad y el compromiso de los seguidores
- 5.7 Cómo motivar a los usuarios para generar contenido
- 5.8 La importancia de la consistencia en la voz de la marca
- 5.9 Estrategias para manejar comunidades grandes y variadas
- 5.10 El rol de la gamificación en la gestión de la comunidad

MÓDULO 6: ANÁLISIS DE MÉTRICAS Y RENDIMIENTO EN REDES SOCIALES

- 6.1 ¿Por qué es importante medir el rendimiento en redes sociales?
- 6.2 Herramientas y plataformas para análisis de redes sociales (Google Analytics, Socialbakers, etc.)
- 6.3 Qué son las métricas clave: alcance, impresiones, engagement
- 6.4 Cómo medir el retorno de inversión (ROI) en redes sociales
- 6.5 Cómo interpretar los datos de las redes sociales para mejorar estrategias
- 6.6 La importancia de la frecuencia y el timing de las publicaciones
- 6.7 Análisis de la competencia en redes sociales
- 6.8 La influencia de los algoritmos en el rendimiento de las publicaciones
- 6.9 Informes de rendimiento en redes sociales
- 6.10 Cómo realizar auditorías en redes sociales



MÓDULO 7: TENDENCIAS EMERGENTES Y NUEVAS HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES

- 7.1 El futuro de las redes sociales: predicciones y tendencias
- 7.2 Impacto de la inteligencia artificial en las redes sociales
- 7.3 El auge de las redes sociales de video: TikTok y YouTube
- 7.4 Realidad aumentada (AR) y su uso en redes sociales
- 7.5 El crecimiento del e-commerce y social selling en plataformas como Instagram
- 7.6 Influencia de los microinfluencers en las estrategias de marketing
- 7.7 Chatbots y automatización en la atención al cliente
- 7.8 Plataformas emergentes y su impacto en el marketing digital
- 7.9 El poder de los podcasts y la comunicación en audio
- 7.10 Cambios en las políticas de privacidad y cómo afectan a las estrategias de marketing

MÓDULO 8: TRABAJO FINAL CURSO (TFC)



Nota: El contenido del programa académico puede estar sometido a ligeras modificaciones, en función de las actualizaciones o de las mejoras efectuadas.



ISEIE
ISEIE INNOVATION SCHOOL

CONTÁCTANOS

 +34 960 25 47 46

 Av. Aragón 30, 5. 46021 Valencia.

 www.iseie.com