



**ISEIE**  
ISEIE INNOVATION SCHOOL

**BROCHURE**  
**CURSO GESTIÓN DE**  
**REDES SOCIALES**



 [www.iseie.com](http://www.iseie.com)

03

**CURSO GESTIÓN DE 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 GESTIÓN DE REDES SOCIALES

En la era digital actual, las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para la comunicación, el marketing y el crecimiento de cualquier empresa o marca. El Curso de Gestión en Redes Sociales está diseñado para proporcionarte las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar eficazmente las plataformas sociales, optimizar su uso y maximizar su potencial en un entorno cada vez más competitivo.

Nuestro curso te prepara para desarrollar estrategias de marketing digital centradas en las redes sociales, crear contenido atractivo, gestionar comunidades, ejecutar campañas publicitarias efectivas y analizar el rendimiento a través de métricas clave. Además, aprenderás a adaptarte a las tendencias emergentes en el mundo de las redes sociales y a utilizar las herramientas más avanzadas para mejorar la interacción con tu audiencia y lograr los objetivos de tu marca.

A lo largo de sus módulos, explorarás desde los fundamentos básicos de las redes sociales hasta técnicas más avanzadas, incluyendo la publicidad en redes sociales, el análisis de métricas y el uso de herramientas emergentes como la inteligencia artificial y la realidad aumentada. Este curso también pone especial énfasis en la gestión de la comunidad y en la atención al cliente, elementos fundamentales para crear relaciones duraderas y auténticas con tu audiencia.



# 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 las necesidades de tu marca o empresa.
- B** Crear y gestionar contenido atractivo que capte la atención de tu público objetivo y promueva la interacción.
- C** Liderar la gestión de la comunidad en redes sociales, fomentando la participación activa y manejando comentarios y críticas.
- D** Implementar campañas publicitarias en plataformas sociales, analizando el rendimiento y optimizando los resultados.
- E** Analizar métricas y medir el ROI de tus acciones en redes sociales para mejorar la toma de decisiones.
- F** Estar al día con las últimas tendencias en redes sociales y herramientas emergentes que transforman la forma en que las marcas se conectan con sus audiencias.



# 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 especializarse en la gestión de redes sociales.

Emprendedores y propietarios de pequeñas empresas que buscan aprovechar las redes sociales para aumentar su presencia en línea.

Community managers que buscan actualizar y mejorar sus habilidades en la gestión de comunidades digitales.

Freelancers y consultores digitales interesados en ofrecer servicios especializados de gestión de redes sociales.

Estudiantes y personas interesadas en adentrarse en el mundo de las redes sociales como herramienta de marketing y comunicación.



# TITULACIÓN PROPIA



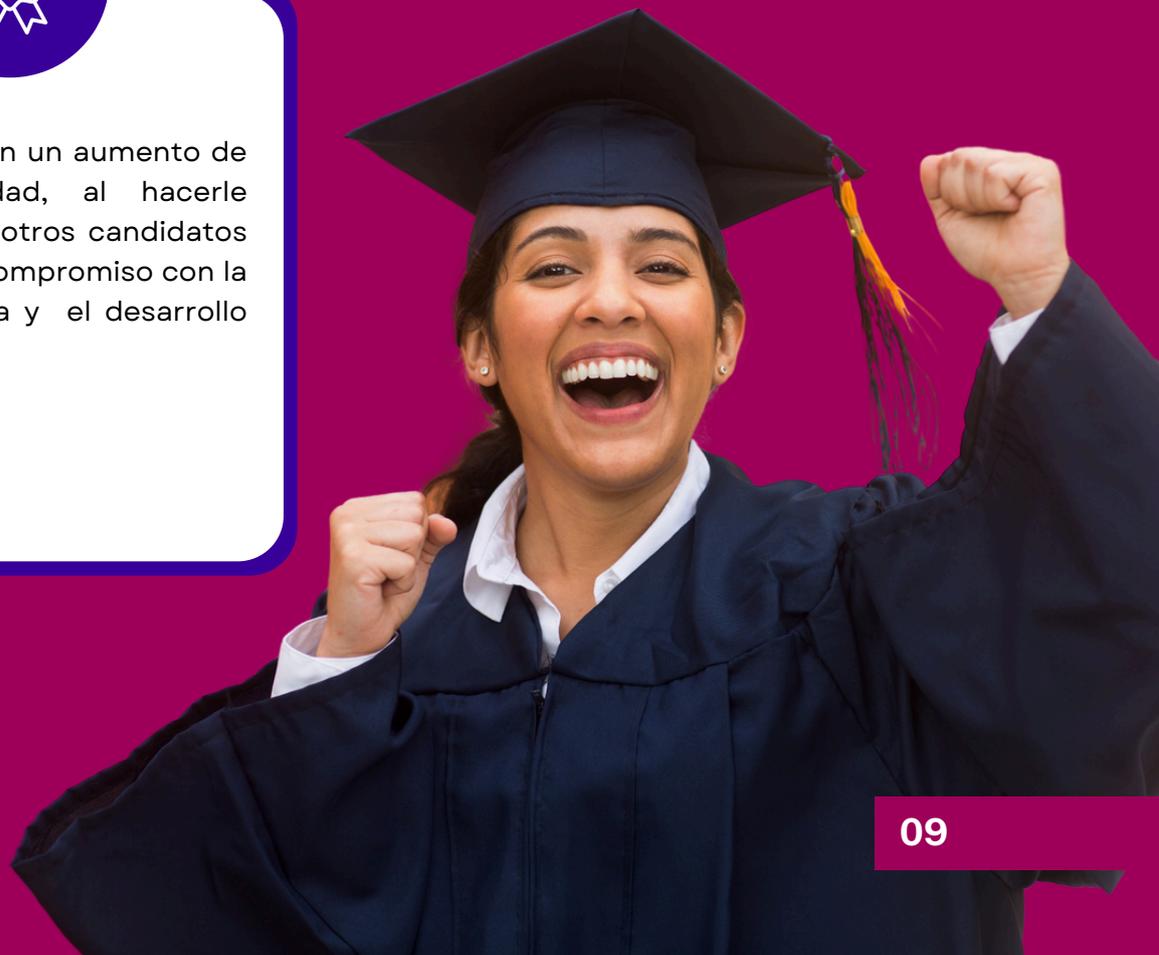
Al concluir el curso los participantes serán galardonados con una titulación propia otorgada por ISEIE Innovation School. Esta titulación se encuentra respaldada por una certificación que equivale a 4 créditos ECTS (European Credit Transfer and Accumulation System) y representa un total de 100 horas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

## MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES

- 1.1 ¿Qué son las redes sociales? Definición y evolución
- 1.2 El papel de las redes sociales en el marketing digital
- 1.3 Importancia de las redes sociales para los negocios
- 1.4 Tipos de redes sociales y sus características
- 1.5 Tendencias actuales en redes sociales
- 1.6 Cómo las marcas usan las redes sociales
- 1.7 El impacto de las redes sociales en la comunicación y el branding
- 1.8 Principales plataformas: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, YouTube
- 1.9 La segmentación en redes sociales
- 1.10 Los objetivos que se pueden lograr con la gestión de redes sociales

## MÓDULO 2: ESTRATEGIAS DE MARKETING EN REDES SOCIALES

- 2.1 Cómo desarrollar una estrategia de marketing en redes sociales
- 2.2 Definición de metas y objetivos SMART
- 2.3 Identificación del público objetivo
- 2.4 Creación de contenido atractivo y relevante
- 2.5 Calendarios de contenido y planificación de publicaciones
- 2.6 Uso de herramientas de gestión de redes sociales (Hootsuite, Buffer, Sprout Social)
- 2.7 El concepto de branding en redes sociales
- 2.8 La importancia de la interacción y la comunidad
- 2.9 Análisis competitivo en redes sociales
- 2.10 Establecimiento de KPIs y medición del rendimiento

## MÓDULO 3: CREACIÓN DE CONTENIDO PARA REDES SOCIALES

- 3.1 Tipos de contenido: imágenes, vídeos, infografías, blogs
- 3.2 Uso de la narrativa visual en redes sociales
- 3.3 Herramientas para crear contenido atractivo (Canva, Adobe Spark, etc.)
- 3.4 Cómo hacer uso de los hashtags de manera efectiva
- 3.5 Creación de publicaciones interactivas: encuestas, concursos, quizzes
- 3.6 El contenido generado por el usuario y su importancia
- 3.7 Optimización de contenido para cada plataforma
- 3.8 El rol del vídeo en las estrategias de contenido
- 3.9 Creación de historias y publicaciones efímeras
- 3.10 Buenas prácticas para la redacción de copy's atractivos

## MÓDULO 4: PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

- 4.1 Introducción a la publicidad en redes sociales
- 4.2 Diferencias entre publicidad orgánica y pagada
- 4.3 Creación de anuncios en Facebook e Instagram Ads



- 4.4 Google Ads vs. Social Media Ads
- 4.5 Cómo segmentar a tu audiencia para campañas publicitarias
- 4.6 Presupuesto y pujas en campañas publicitarias
- 4.7 Análisis de los resultados de las campañas publicitarias
- 4.8 Remarketing y retargeting en redes sociales
- 4.9 Uso de influencers en campañas publicitarias
- 4.10 Optimización de anuncios para obtener el mejor ROI

## MÓDULO 5: GESTIÓN DE LA COMUNIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

- 5.1 ¿Qué es la gestión de comunidad en redes sociales?
- 5.2 Importancia de la interacción y respuesta rápida
- 5.3 Creación de un protocolo de atención al cliente en redes sociales
- 5.4 Manejo de crisis y comentarios negativos
- 5.5 El uso de bots y automatización en la atención al cliente
- 5.6 Fomentar la participación activa de los seguidores
- 5.7 El poder del "user-generated content" (UGC)
- 5.8 Cómo crear una comunidad de marca fiel
- 5.9 Estrategias para aumentar el engagement de la comunidad
- 5.10 Medición de la satisfacción del cliente en redes sociales

## MÓDULO 6: ANÁLISIS DE MÉTRICAS Y ROI EN REDES SOCIALES

- 6.1 Qué son las métricas clave en redes sociales
- 6.2 Herramientas de análisis de redes sociales (Google Analytics, Socialbakers, etc.)
- 6.3 Alcance, impresiones y engagement: definición y diferencias
- 6.4 Análisis de tráfico en redes sociales

- 6.5 Seguimiento de conversiones y ventas desde redes sociales
- 6.6 Cómo medir el retorno de inversión (ROI) en redes sociales
- 6.7 KPIs que importan: qué indicadores seguir
- 6.8 Interpretación de datos para la toma de decisiones
- 6.9 Informes de rendimiento en redes sociales
- 6.10 Cómo realizar auditorías de redes sociales

## **MÓDULO 7: TENDENCIAS FUTURAS Y NUEVAS HERRAMIENTAS EN REDES SOCIALES**

- 7.1 El futuro de las redes sociales: tendencias y predicciones
- 7.2 La inteligencia artificial y su impacto en las redes sociales
- 7.3 El papel de los chatbots en la automatización de la comunicación
- 7.4 El crecimiento de las redes sociales visuales (Instagram, TikTok)
- 7.5 La importancia de la realidad aumentada y virtual en las redes sociales
- 7.6 Herramientas emergentes para la gestión de redes sociales
- 7.7 Marketing en audio: Podcasts y Clubhouse
- 7.8 El auge de los microinfluencers
- 7.9 La ética en las redes sociales y la transparencia de marca
- 7.10 Cómo adaptarse a las nuevas políticas de privacidad y cambios en algoritmos

## **MÓDULO 8: TRABAJO FINAL DE 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](http://www.iseie.com)