



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN SOCIAL MEDIA MARKETING: ESTRATEGIAS Y GESTIÓN PROFESIONAL DE REDES SOCIALES



FORMACIÓN PERMANENTE

WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de **Estudio**

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Especialízate con el Curso de Social Media Marketing: Estrategias y Gestión Profesional de Redes Sociales de Instituto Serca, una formación diseñada para quienes desean dominar la comunicación digital de marcas y empresas en el entorno actual. Este programa te preparará para afrontar con garantías los retos de un sector en constante evolución.

A lo largo del temario, profundizarás en el ecosistema digital contemporáneo, el comportamiento del consumidor online, la planificación estratégica y la gestión profesional de plataformas como Instagram, TikTok, LinkedIn o YouTube. Además, abordarás la creación de contenidos, el community management, la publicidad en redes sociales, el marketing de influencers, la analítica avanzada y el marco legal aplicable.

Con esta formación online adquirirás competencias muy demandadas por el mercado laboral, como el diseño de planes integrales de Social Media, la optimización de campañas publicitarias y el uso de herramientas profesionales e inteligencia artificial. Al finalizar, contarás con un perfil altamente cualificado para desarrollar tu carrera como Social Media Manager o consultor de marketing digital.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del Social Media Marketing, identificando sus elementos clave en el ecosistema digital.
- ✓ Analizar el comportamiento del consumidor digital, clasificando audiencias mediante técnicas de segmentación.
- ✓ Diseñar planes estratégicos de Social Media, definiendo objetivos SMART alineados con metas empresariales.
- ✓ Dominar las principales plataformas sociales, diferenciando algoritmos, formatos y funcionalidades profesionales.
- ✓ Desarrollar contenidos estratégicos para redes sociales, aplicando técnicas de storytelling, diseño y copywriting.
- ✓ Implementar estrategias de community management, elaborando protocolos de interacción y gestión de crisis.
- ✓ Planificar campañas de Social Ads e influencer marketing, utilizando herramientas de segmentación y optimización.
- ✓ Elaborar un plan integral de Social Media Marketing, incorporando analítica, marco legal y herramientas profesionales.



1: FUNDAMENTOS DEL SOCIAL MEDIA MARKETING Y EL ECOSISTEMA DIGITAL CONTEMPORÁNEO

- 1.1. Evolución histórica de las redes sociales y su impacto en la comunicación empresarial
- 1.2. Definición, alcance y diferenciación del Social Media Marketing respecto al marketing digital general
- 1.3. El ecosistema digital actual: actores, canales y dinámicas de interacción entre marcas y usuarios
- 1.4. Modelos de negocio y generación de valor a través de la presencia en redes sociales
- 1.5. Integración del Social Media Marketing en la estrategia global de marketing y comunicación corporativa
- 1.6. Perfil profesional del Social Media Manager: competencias clave, funciones y evolución del rol en el mercado laboral

2: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DIGITAL Y CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS EN REDES SOCIALES

- 2.1. Psicología del usuario en entornos digitales: motivaciones, hábitos de consumo y procesos de decisión
- 2.2. Segmentación de audiencias en redes sociales: criterios, metodologías y fuentes de datos
- 2.3. Creación de buyer personas y arquetipos de audiencia orientados a la estrategia de Social Media
- 2.4. Social listening y monitorización de conversaciones como herramienta para el conocimiento profundo de la audiencia
- 2.5. Análisis de tendencias de consumo digital y su influencia directa en la planificación de la estrategia social



3: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE SOCIAL MEDIA MARKETING: DEL DIAGNÓSTICO A LA DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

- 3.1. Auditoría de presencia en redes sociales: diagnóstico inicial y análisis de situación de la marca
- 3.2. Análisis competitivo en redes sociales: benchmarking y posicionamiento estratégico
- 3.3. Definición de objetivos SMART alineados con la estrategia de negocio y las metas de comunicación
- 3.4. Selección estratégica de plataformas sociales en función de los objetivos definidos y la audiencia objetivo
- 3.5. Diseño del plan estratégico de Social Media: estructura, componentes fundamentales y cronograma de implementación
- 3.6. Asignación de recursos humanos, técnicos y presupuestarios para la gestión profesional de redes sociales

4: PRINCIPALES PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES: CARACTERÍSTICAS, ALGORITMOS Y GESTIÓN PROFESIONAL

- 4.1. Instagram: estrategia de contenido visual, formatos disponibles y optimización del perfil profesional
- 4.2. Facebook y Meta: gestión de páginas empresariales y grupos como herramienta estratégica de comunidad
- 4.3. TikTok: creación de contenido en formato corto y estrategias de viralización orgánica
- 4.4. LinkedIn: posicionamiento profesional, estrategia de marca empleadora y Social Selling
- 4.5. X (Twitter): comunicación en tiempo real, atención al cliente y gestión estratégica de la conversación pública
- 4.6. YouTube: estrategia de video marketing, optimización SEO del canal y monetización de contenidos
- 4.7. Pinterest, Threads y plataformas emergentes: oportunidades diferenciadas y evaluación estratégica



5: CREACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS ESTRATÉGICOS PARA REDES SOCIALES

- 5.1. Estrategia de contenidos: pilares temáticos, formatos y construcción de la narrativa de marca
- 5.2. Storytelling y técnicas narrativas aplicadas a la comunicación en Social Media
- 5.3. Diseño gráfico y producción visual profesional para redes sociales
- 5.4. Producción y edición de vídeo para formatos sociales: Reels, TikTok, Shorts y Stories
- 5.5. Copywriting para redes sociales: redacción persuasiva y diseño de llamadas a la acción eficaces
- 5.6. Calendario editorial: planificación, organización y flujos profesionales de producción de contenido
- 5.7. Contenido generado por el usuario (UGC): estrategias de activación y co-creación con la comunidad

6: COMMUNITY MANAGEMENT: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNIDAD ONLINE

- 6.1. Rol, funciones y competencias profesionales del Community Manager en la estructura organizativa
- 6.2. Protocolos de interacción y atención al usuario en redes sociales con criterios profesionales
- 6.3. Estrategias de dinamización, fidelización y crecimiento orgánico de la comunidad digital
- 6.4. Gestión de crisis de reputación en redes sociales: prevención, detección temprana y protocolos de respuesta
- 6.5. Moderación de comunidades y gestión profesional de trolls, haters y situaciones conflictivas online
- 6.6. Métricas de salud de la comunidad: indicadores de participación, crecimiento y sentimiento colectivo



7: PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES: PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑAS DE SOCIAL ADS

- 7.1. Fundamentos de la publicidad en redes sociales: modelos de compra, formatos y ecosistema publicitario
- 7.2. Meta Ads (Facebook e Instagram): configuración avanzada y gestión profesional de campañas publicitarias
- 7.3. TikTok Ads: formatos nativos, opciones de segmentación y estrategias de conversión
- 7.4. LinkedIn Ads: publicidad orientada a audiencias profesionales y estrategias específicas para B2B
- 7.5. Publicidad en YouTube, X (Twitter) y otras plataformas: características diferenciadas y oportunidades estratégicas
- 7.6. Testing y optimización continua de campañas de Social Ads basada en datos de rendimiento
- 7.7. Embudo de conversión en Social Ads: diseño de estrategias full-funnel de captación, consideración y retargeting

8: MARKETING DE INFLUENCERS Y COLABORACIONES ESTRATÉGICAS EN REDES SOCIALES

- 8.1. El marketing de influencers como disciplina profesional: evolución del sector, tipologías de creadores y marco de actuación
- 8.2. Identificación, evaluación y selección de influencers alineados con los valores y objetivos de la marca
- 8.3. Diseño y negociación de colaboraciones: briefing, formatos de contenido y modelos de compensación
- 8.4. Medición del retorno de inversión (ROI) en campañas de influencer marketing y atribución de resultados
- 8.5. Aspectos legales y éticos del marketing de influencers: transparencia, etiquetado y regulación vigente
- 8.6. Microinfluencers y nanoinfluencers: estrategias de alto impacto con comunidades especializadas de nicho



9: ANALÍTICA Y MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO EN SOCIAL MEDIA MARKETING

- 9.1. Fundamentos de la analítica en redes sociales: métricas, indicadores clave de rendimiento y cuadros de mando
- 9.2. Herramientas nativas de analítica integradas en cada plataforma social
- 9.3. Herramientas avanzadas de analítica y reporting profesional en Social Media
- 9.4. Social listening avanzado: monitorización continua de marca, competencia y tendencias del sector
- 9.5. Elaboración de informes profesionales de Social Media: estructura, visualización de datos y recomendaciones accionables
- 9.6. Análisis del retorno de inversión (ROI) y modelos de atribución en Social Media Marketing

10: HERRAMIENTAS PROFESIONALES Y AUTOMATIZACIÓN EN LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES

- 10.1. Panorama actual de herramientas para la gestión profesional e integral de Social Media
- 10.2. Plataformas de planificación, programación y publicación automatizada de contenidos multiplataforma
- 10.3. Herramientas de diseño gráfico, edición de vídeo y producción de contenido visual para equipos profesionales
- 10.4. Inteligencia artificial aplicada al Social Media Marketing: oportunidades y mejores prácticas
- 10.5. Herramientas de gestión de equipos y flujos de aprobación de contenidos en entornos colaborativos
- 10.6. Integración de herramientas de Social Media con CRM, plataformas de e-commerce y sistemas de marketing automation



11: MARCO LEGAL, ÉTICO Y GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ONLINE EN EL ÁMBITO DE LAS REDES SOCIALES

- 11.1. Marco jurídico aplicable a la actividad profesional en redes sociales
- 11.2. Propiedad intelectual y derechos de autor en la creación y uso de contenidos digitales en redes sociales
- 11.3. Normativa específica sobre transparencia publicitaria y etiquetado obligatorio de contenidos patrocinados
- 11.4. Gestión estratégica de la reputación online corporativa y de marca personal en redes sociales
- 11.5. Ética profesional y responsabilidad social corporativa en la comunicación a través de redes sociales

12: DISEÑO, EJECUCIÓN Y PRESENTACIÓN DE UN PLAN INTEGRAL DE SOCIAL MEDIA MARKETING

- 12.1. Metodología profesional para la elaboración de un plan de Social Media Marketing completo y cohesionado
- 12.2. Definición de la propuesta de valor diferencial y el posicionamiento estratégico de marca en redes sociales
- 12.3. Diseño del ecosistema de contenidos, canales y acciones tácticas del plan de Social Media
- 12.4. Presupuestación detallada, planificación temporal y asignación de recursos humanos y técnicos del plan
- 12.5. Definición del modelo de medición, reporting periódico y optimización continua de la estrategia
- 12.6. Presentación profesional del plan de Social Media Marketing ante clientes, stakeholders y dirección



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información





Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

