



**SERCA**  
INSTITUTO  
DE ALTOS ESTUDIOS  
ESPECIALIZADOS

# CURSO ONLINE EN MARKETING DE INFLUENCERS: SELECCIÓN, COLABORACIÓN Y MEDICIÓN DE RESULTADOS



FORMACIÓN PERMANENTE



[WWW.INSTITUTOSERCA.COM](http://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 Marketing de Influencers: Selección, Colaboración y Medición de Resultados de Instituto Serca, una formación diseñada para quienes desean dominar una de las disciplinas más demandadas del marketing digital actual. En un entorno donde los creadores de contenido se han convertido en piezas clave de la comunicación comercial, contar con conocimientos especializados en esta área supone una ventaja competitiva diferencial.

A lo largo del programa abordarás desde los fundamentos de la influencia en entornos digitales hasta la identificación y selección estratégica de perfiles, pasando por la planificación de campañas, los modelos de colaboración y negociación, el marco legal y ético, y la producción y optimización de contenidos. Además, profundizarás en la medición de resultados, el cálculo del retorno de la inversión y la gestión de crisis reputacionales.

La formación online te permitirá avanzar a tu ritmo mientras adquieres competencias en herramientas tecnológicas del sector y en tendencias emergentes como los influencers virtuales o el social commerce, preparándote para liderar estrategias de influencer marketing con rigor y visión profesional.



**Duración:** 150 horas



**Créditos:** 6 Créditos ECTS



**Metodología:** Online



**Matriculación:** Permanente

## Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos del marketing de influencers analizando su evolución y principios de influencia.
- ✓ Clasificar tipologías de influencers y plataformas diferenciando audiencias y modelos de monetización.
- ✓ Diseñar campañas estratégicas de influencers planificando objetivos, presupuestos, briefings y cronogramas.
- ✓ Seleccionar influencers idóneos para la marca utilizando herramientas tecnológicas y modelos de evaluación.
- ✓ Dominar modelos de colaboración y contratación negociando condiciones, entregables y acuerdos contractuales.
- ✓ Conocer el marco legal y ético aplicando normativas de transparencia y propiedad intelectual.
- ✓ Desarrollar contenidos de campaña optimizados gestionando su producción, amplificación y medición de resultados.
- ✓ Implementar protocolos de gestión de crisis identificando riesgos reputacionales y tendencias emergentes del sector.



## 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING DE INFLUENCERS EN EL ECOSISTEMA DIGITAL CONTEMPORÁNEO

- 1.1. Definición y delimitación conceptual del marketing de influencers como disciplina estratégica
- 1.2. Evolución histórica: del prescriptor tradicional al influencer digital
- 1.3. El marketing de influencers dentro del ecosistema del marketing digital integrado
- 1.4. Principios psicológicos y sociológicos de la influencia en entornos digitales
- 1.5. Panorama actual del sector: dimensión del mercado, datos clave y proyecciones de crecimiento a nivel global

## 2: EL ECOSISTEMA DE INFLUENCERS: TIPOLOGÍAS, PLATAFORMAS Y CARACTERIZACIÓN DE AUDIENCIAS

- 2.1. Clasificación de influencers según su alcance y volumen de audiencia
- 2.2. Clasificación de influencers según su vertical temática y área de especialización
- 2.3. Principales plataformas digitales para el desarrollo de campañas con influencers
- 2.4. Análisis y caracterización de las audiencias de los influencers
- 2.5. El papel de las agencias de representación, los managers y las plataformas de intermediación
- 2.6. La economía del creador de contenido: modelos de monetización y profesionalización del sector



## 3: DISEÑO ESTRATÉGICO Y PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING DE INFLUENCERS

- 3.1. Definición de objetivos estratégicos alineados con los objetivos de negocio de la marca
- 3.2. Identificación y segmentación del público objetivo de la campaña
- 3.3. Selección del modelo estratégico de campaña más adecuado según los objetivos definidos
- 3.4. Planificación presupuestaria y asignación estratégica de recursos
- 3.5. Elaboración del briefing estratégico y creativo para la colaboración con influencers
- 3.6. Diseño del calendario de campaña, cronograma de acciones y plan de contingencia
- 3.7. Integración de la campaña de influencers en la estrategia de comunicación omnicanal de la marca

## 4: IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN ESTRATÉGICA DE INFLUENCERS PARA LA MARCA

- 4.1. Criterios fundamentales para la selección de influencers alineados con la identidad de marca
- 4.2. Métricas cuantitativas clave para la evaluación objetiva de perfiles candidatos
- 4.3. Indicadores cualitativos y análisis de la autenticidad del perfil del influencer
- 4.4. Evaluación del historial de colaboraciones previas del influencer con otras marcas y competidores directos
- 4.5. Análisis de riesgos reputacionales asociados a la selección del influencer
- 4.6. Proceso de shortlisting y toma de decisiones basada en modelos de scoring ponderado



## 5: HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN Y EL ANÁLISIS EN MARKETING DE INFLUENCERS

- 5.1. Panorama general de soluciones tecnológicas especializadas en influencer marketing
- 5.2. Plataformas de descubrimiento e identificación de influencers
- 5.3. Herramientas de auditoría y verificación de perfiles de influencers
- 5.4. Plataformas de gestión integral de campañas: flujos de trabajo, comunicación y control de entregables
- 5.5. Herramientas de monitorización y seguimiento del rendimiento de las campañas en tiempo real
- 5.6. Integración de soluciones de influencer marketing con sistemas CRM, plataformas de analítica y marketing automation

## 6: MODELOS DE COLABORACIÓN, NEGOCIACIÓN Y FORMALIZACIÓN CONTRACTUAL CON INFLUENCERS

- 6.1. Tipologías de colaboración entre marcas e influencers según el formato y la profundidad de la relación
- 6.2. Modelos de remuneración y estructuras de compensación en campañas con influencers
- 6.3. Estrategias y técnicas de negociación con influencers y sus representantes
- 6.4. Elaboración y formalización del contrato de colaboración con influencers
- 6.5. Gestión de la relación continua y fidelización del influencer como partner estratégico de la marca
- 6.6. Protocolo de resolución de conflictos y gestión de incidencias durante la colaboración



## 7: MARCO LEGAL, ÉTICO Y REGULATORIO DEL MARKETING DE INFLUENCERS

- 7.1. Regulación publicitaria aplicable al marketing de influencers en el entorno digital
- 7.2. Protección de datos personales y privacidad en el diseño y la ejecución de campañas con influencers
- 7.3. Propiedad intelectual y derechos de uso sobre el contenido generado en las colaboraciones
- 7.4. Códigos de autorregulación y buenas prácticas del sector publicitario aplicados al influencer marketing
- 7.5. Responsabilidad social y ética en la comunicación comercial a través de influencers
- 7.6. Consecuencias legales, económicas y reputacionales del incumplimiento de la normativa vigente

## 8: PRODUCCIÓN, GESTIÓN Y OPTIMIZACIÓN DE CONTENIDOS EN CAMPAÑAS CON INFLUENCERS

- 8.1. El briefing creativo como herramienta fundamental de alineación entre la marca y el influencer
- 8.2. Formatos de contenido y su adecuación a los objetivos específicos de la campaña
- 8.3. Procesos de revisión, aprobación y publicación del contenido en el marco de la campaña
- 8.4. Estrategias de amplificación del contenido generado por los influencers
- 8.5. User-generated content (UGC) derivado de campañas con influencers: captación, curación y aprovechamiento estratégico
- 8.6. Gestión de la comunidad y moderación de conversaciones derivadas de las publicaciones de campaña



## 9: MEDICIÓN DE RESULTADOS, ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO Y CÁLCULO DEL RETORNO DE LA INVERSIÓN

- 9.1. Definición del marco de medición y selección de indicadores clave de rendimiento (KPI)
- 9.2. Metodologías de atribución y trazabilidad del impacto de las campañas con influencers
- 9.3. Cálculo del retorno de la inversión (ROI) y del valor mediático equivalente (EMV)
- 9.4. Elaboración de informes de resultados y diseño de dashboards de seguimiento
- 9.5. Análisis comparativo y benchmarking de resultados frente a estándares y promedios del sector
- 9.6. Del análisis a la acción: extracción de aprendizajes y optimización iterativa de campañas futuras

## 10: GESTIÓN DE CRISIS REPUTACIONALES EN CAMPAÑAS DE MARKETING DE INFLUENCERS

- 10.1. Identificación y tipología de riesgos reputacionales vinculados a colaboraciones con influencers
- 10.2. Diseño del protocolo de prevención y gestión de crisis para campañas de influencer marketing
- 10.3. Estrategias de comunicación y respuesta ante situaciones de crisis reputacional
- 10.4. Monitorización de la reputación online de la marca durante y después de la crisis
- 10.5. Análisis post-crisis: evaluación del impacto real y extracción de aprendizajes para futuras colaboraciones



## 11: TENDENCIAS EMERGENTES, INNOVACIÓN Y FUTURO DEL MARKETING DE INFLUENCERS

- 11.1. Influencers virtuales e inteligencia artificial generativa aplicada al marketing de influencers
- 11.2. El papel del live commerce y el social commerce en las estrategias con influencers
- 11.3. Nuevos modelos de relación entre marcas y creadores: comunidades propias, suscripciones y plataformas descentralizadas
- 11.4. Personalización avanzada y segmentación predictiva basada en datos e inteligencia artificial
- 11.5. Evolución de las métricas y los modelos de medición en el ecosistema del influencer marketing
- 11.6. El marketing de influencers en el contexto del metaverso y las experiencias inmersivas
- 11.7. Visión prospectiva: escenarios futuros y competencias profesionales emergentes en el sector



# 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](http://www.institutoserca.com)

 [info@institutoserca.com](mailto:info@institutoserca.com)

 +34 958 372 363 / 660 880 416

