



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN COMUNICACIÓN DIGITAL, REPUTACIÓN DE MARCA Y RELACIONES PÚBLICAS ONLINE



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 Comunicación Digital, Reputación de Marca y Relaciones Públicas Online** de Instituto Serca, una formación diseñada para profesionales que desean dominar las claves de la comunicación corporativa en el entorno digital actual, donde la percepción de marca y el diálogo con las audiencias resultan determinantes para el éxito organizacional.

A lo largo del programa abordarás desde la planificación estratégica de la comunicación digital y la construcción de un branding sólido, hasta la gestión de la reputación online, la monitorización mediante herramientas de escucha activa y el diseño de campañas de relaciones públicas digitales. También profundizarás en la gestión de crisis, el marketing de influencia, el *storytelling* corporativo, el *content marketing* orientado a SEO reputacional y la analítica de resultados con indicadores de valor real.

Además, explorarás las tendencias más innovadoras como la inteligencia artificial aplicada a la comunicación o los entornos inmersivos, preparándote para liderar estrategias digitales completas y tomar decisiones fundamentadas en datos dentro de cualquier organización.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Comprender los fundamentos de la comunicación digital, identificando sus actores y marco normativo.
- ✓ Diseñar planes de comunicación digital, alineando objetivos comunicativos con la estrategia corporativa global.
- ✓ Dominar los procesos de construcción de branding digital, diferenciando identidad, imagen y reputación de marca.
- ✓ Aplicar estrategias de gestión reputacional online, utilizando herramientas de monitorización y escucha activa.
- ✓ Desarrollar campañas de relaciones públicas digitales, integrando medios, influencers y gestión de crisis.
- ✓ Elaborar estrategias de content marketing y storytelling, fortaleciendo la conexión emocional con las audiencias.
- ✓ Analizar métricas y KPIs de comunicación digital, fundamentando la toma de decisiones en datos.
- ✓ Identificar tendencias tecnológicas emergentes, valorando su impacto en la comunicación corporativa futura.



1: FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN EL ENTORNO EMPRESARIAL CONTEMPORÁNEO

- 1.1. Evolución histórica de la comunicación: del modelo analógico al ecosistema digital
- 1.2. Conceptualización y alcance de la comunicación digital en las organizaciones actuales
- 1.3. Principales actores y agentes del ecosistema comunicativo digital
- 1.4. Diferencias entre comunicación digital, marketing digital y publicidad online
- 1.5. Marco legal y normativo aplicable a la comunicación digital corporativa
- 1.6. Competencias profesionales del comunicador digital en el contexto organizacional actual

2: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL: PLANIFICACIÓN, DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN

- 2.1. El plan de comunicación digital como herramienta estratégica integral de la organización
- 2.2. Análisis del entorno y diagnóstico de la situación comunicativa de la organización
- 2.3. Definición de públicos objetivo y segmentación estratégica de audiencias digitales
- 2.4. Selección estratégica de canales y plataformas digitales de comunicación
- 2.5. Definición de mensajes clave y articulación de la propuesta de valor comunicativa
- 2.6. Presupuestación y asignación de recursos en el plan de comunicación digital
- 2.7. Cronograma de implementación y gestión operativa del plan de comunicación



3: IDENTIDAD DE MARCA Y CONSTRUCCIÓN DEL BRANDING DIGITAL

- 3.1. Conceptos fundamentales de marca, identidad e imagen corporativa en el entorno digital
- 3.2. Proceso de construcción y desarrollo de una marca digital sólida y coherente
- 3.3. Elementos visuales y verbales del branding digital
- 3.4. Posicionamiento de marca en el mercado digital
- 3.5. Brand equity digital: construcción y medición del valor de marca en el ecosistema online
- 3.6. Coherencia y consistencia de la marca a través de múltiples puntos de contacto digitales

4: GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA REPUTACIÓN DE MARCA EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

- 4.1. Conceptualización de la reputación corporativa en el entorno digital
- 4.2. Modelos teóricos y marcos de referencia para la gestión de la reputación online
- 4.3. Stakeholders digitales y su influencia en la percepción reputacional de la marca
- 4.4. Estrategias proactivas para la construcción de una reputación digital positiva y sostenible
- 4.5. Riesgos reputacionales específicos del entorno digital y estrategias de mitigación
- 4.6. Gestión estratégica de opiniones, reseñas y valoraciones online de los usuarios



5: MONITORIZACIÓN, ESCUCHA ACTIVA Y ANÁLISIS DE LA REPUTACIÓN ONLINE

- 5.1. Fundamentos de la escucha activa digital y el social listening corporativo
- 5.2. Herramientas y plataformas tecnológicas de monitorización de la reputación online
- 5.3. Análisis de sentimiento y procesamiento del lenguaje natural aplicado a la reputación
- 5.4. Diseño de cuadros de mando reputacionales y configuración de sistemas de alertas
- 5.5. Elaboración de informes de reputación online y presentación estratégica de resultados
- 5.6. Integración de los insights de escucha activa en la toma de decisiones corporativas

6: RELACIONES PÚBLICAS DIGITALES: FUNDAMENTOS, EVOLUCIÓN Y MARCO ESTRATÉGICO

- 6.1. Evolución de las relaciones públicas: del modelo tradicional al paradigma digital
- 6.2. Principios estratégicos de las relaciones públicas online
- 6.3. Planificación estratégica de campañas de relaciones públicas digitales
- 6.4. Nuevos roles y perfiles profesionales en las relaciones públicas digitales
- 6.5. Ética y responsabilidad profesional en la práctica de las relaciones públicas online



7: GESTIÓN DE MEDIOS DIGITALES Y RELACIONES CON INFLUENCERS Y PRESCRIPTORES DE MARCA

- 7.1. El nuevo ecosistema mediático: medios digitales, nativos y convergentes
- 7.2. Estrategias de media relations adaptadas al entorno digital
- 7.3. Marketing de influencia como herramienta estratégica de relaciones públicas
- 7.4. Programas de employee advocacy y embajadores internos de marca
- 7.5. Construcción y mantenimiento de relaciones sostenibles con líderes de opinión digitales

8: COMUNICACIÓN DE CRISIS EN EL ENTORNO DIGITAL: PREVENCIÓN, GESTIÓN Y RECUPERACIÓN

- 8.1. Naturaleza y tipología de las crisis de comunicación en el ecosistema digital
- 8.2. Prevención y preparación organizacional ante potenciales crisis de comunicación digital
- 8.3. Gestión operativa de la crisis en tiempo real a través de canales digitales
- 8.4. Estrategias de recuperación y restauración de la reputación en la fase poscrisis
- 8.5. Análisis de casos reales de gestión de crisis de comunicación en el entorno digital



9: REDES SOCIALES COMO CANAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y RELACIONES PÚBLICAS

- 9.1. Panorama actual de las redes sociales y su papel en la comunicación de las organizaciones
- 9.2. Diseño de la estrategia de comunicación corporativa en redes sociales
- 9.3. Community management estratégico y gestión de comunidades digitales de marca
- 9.4. Publicidad social y amplificación estratégica de contenidos en redes sociales
- 9.5. Social selling y utilización de redes sociales como canal de generación de negocio
- 9.6. Tendencias emergentes en comunicación corporativa a través de redes sociales

10: CONTENT MARKETING Y STORYTELLING AL SERVICIO DE LA REPUTACIÓN DE MARCA

- 10.1. Fundamentos del marketing de contenidos dentro de la estrategia de comunicación digital
- 10.2. Estrategia de contenidos: planificación, creación y distribución multicanal
- 10.3. Storytelling corporativo como herramienta de conexión emocional con las audiencias
- 10.4. Formatos de contenido digital al servicio de la reputación y la visibilidad de marca
- 10.5. Optimización de contenidos para buscadores (SEO) y su impacto en la reputación
- 10.6. Curación de contenidos y gestión del conocimiento compartido como valor reputacional



11: MÉTRICAS, ANALÍTICA Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- 11.1. Importancia estratégica de la medición en comunicación digital y relaciones públicas
- 11.2. Definición de indicadores clave de rendimiento (KPIs) en comunicación digital
- 11.3. Herramientas de analítica digital aplicadas a la comunicación corporativa
- 11.4. Cálculo del retorno de la inversión (ROI) en comunicación digital y relaciones públicas
- 11.5. Elaboración de informes de resultados y reporting estratégico en comunicación
- 11.6. Data-driven communication: toma de decisiones estratégicas fundamentada en datos

12: TENDENCIAS EMERGENTES, INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y FUTURO DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- 12.1. Inteligencia artificial y automatización aplicadas a la comunicación y las relaciones públicas
- 12.2. Comunicación en entornos inmersivos: metaverso, realidad aumentada y realidad virtual
- 12.3. Blockchain, descentralización y su impacto en la transparencia comunicativa corporativa
- 12.4. Personalización avanzada y comunicación hipersegmentada mediante tecnología
- 12.5. Evolución del marco regulatorio internacional y su impacto en la comunicación digital
- 12.6. Prospectiva y escenarios de futuro para los profesionales de la comunicación digital



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

