



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Especialista en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social + Titulación Universitaria en Social Media Management con 5 Créditos ECTS





Elige aprender en la escuela
líder en formación online

ÍNDICE

1 | Somos Euroinnova

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Euroinnova

7 | Financiación y Becas

8 | Métodos de pago

9 | Programa Formativo

10 | Temario

11 | Contacto

SOMOS EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education inicia su actividad hace más de 20 años. Con la premisa de revolucionar el sector de la educación online, esta escuela de formación crece con el objetivo de dar la oportunidad a sus estudiantes de experimentar un crecimiento personal y profesional con formación eminentemente práctica.

Nuestra visión es ser **una institución educativa online reconocida en territorio nacional e internacional** por ofrecer una educación competente y acorde con la realidad profesional en busca del reciclaje profesional. Abogamos por el aprendizaje significativo para la vida real como pilar de nuestra metodología, estrategia que pretende que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva de los estudiantes.

Más de

19

años de
experiencia

Más de

300k

estudiantes
formados

Hasta un

98%

tasa
empleabilidad

Hasta un

100%

de financiación

Hasta un

50%

de los estudiantes
repite

Hasta un

25%

de estudiantes
internacionales

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



Desde donde quieras y como quieras,
Elige Euroinnova



QS, sello de excelencia académica
Euroinnova: 5 estrellas en educación online

RANKINGS DE EUROINNOVA

Euroinnova International Online Education ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional, gracias por su apuesta de **democratizar la educación** y apostar por la innovación educativa para **lograr la excelencia**.

Para la elaboración de estos rankings, se emplean **indicadores** como la reputación online y offline, la calidad de la institución, la responsabilidad social, la innovación educativa o el perfil de los profesionales.



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

ALIANZAS Y ACREDITACIONES



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

BY EDUCA EDTECH

Euroinnova es una marca avalada por **EDUCA EDTECH Group**, que está compuesto por un conjunto de experimentadas y reconocidas **instituciones educativas de formación online**. Todas las entidades que lo forman comparten la misión de **democratizar el acceso a la educación** y apuestan por la transferencia de conocimiento, por el desarrollo tecnológico y por la investigación



ONLINE EDUCATION



Ver en la web

METODOLOGÍA LXP

La metodología **EDUCA LXP** permite una experiencia mejorada de aprendizaje integrando la AI en los procesos de e-learning, a través de modelos predictivos altamente personalizados, derivados del estudio de necesidades detectadas en la interacción del alumnado con sus entornos virtuales.

EDUCA LXP es fruto de la **Transferencia de Resultados de Investigación** de varios proyectos multidisciplinares de I+D+i, con participación de distintas Universidades Internacionales que apuestan por la transferencia de conocimientos, desarrollo tecnológico e investigación.



1. Flexibilidad

Aprendizaje 100% online y flexible, que permite al alumnado estudiar donde, cuando y como quiera.



2. Accesibilidad

Cercanía y comprensión. Democratizando el acceso a la educación trabajando para que todas las personas tengan la oportunidad de seguir formándose.



3. Personalización

Itinerarios formativos individualizados y adaptados a las necesidades de cada estudiante.



4. Acompañamiento / Seguimiento docente

Orientación académica por parte de un equipo docente especialista en su área de conocimiento, que aboga por la calidad educativa adaptando los procesos a las necesidades del mercado laboral.



5. Innovación

Desarrollos tecnológicos en permanente evolución impulsados por la AI mediante Learning Experience Platform.



6. Excelencia educativa

Enfoque didáctico orientado al trabajo por competencias, que favorece un aprendizaje práctico y significativo, garantizando el desarrollo profesional.



Programas
PROPIOS
UNIVERSITARIOS
OFICIALES

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EUROINNOVA

1. Nuestra Experiencia

- ✓ Más de **18 años de experiencia.**
- ✓ Más de **300.000 alumnos** ya se han formado en nuestras aulas virtuales
- ✓ Alumnos de los 5 continentes.
- ✓ **25%** de alumnos internacionales.
- ✓ **97%** de satisfacción
- ✓ **100% lo recomiendan.**
- ✓ Más de la mitad ha vuelto a estudiar en Euroinnova.

2. Nuestro Equipo

En la actualidad, Euroinnova cuenta con un equipo humano formado por más **400 profesionales**. Nuestro personal se encuentra sólidamente enmarcado en una estructura que facilita la mayor calidad en la atención al alumnado.

3. Nuestra Metodología



100% ONLINE

Estudia cuando y desde donde quieras. Accede al campus virtual desde cualquier dispositivo.



APRENDIZAJE

Pretendemos que los nuevos conocimientos se incorporen de forma sustantiva en la estructura cognitiva



EQUIPO DOCENTE

Euroinnova cuenta con un equipo de profesionales que harán de tu estudio una experiencia de alta calidad educativa.



NO ESTARÁS SOLO

Acompañamiento por parte del equipo de tutorización durante toda tu experiencia como estudiante

4. Calidad AENOR

- ✓ Somos Agencia de Colaboración N°99000000169 autorizada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social.
- ✓ Se llevan a cabo auditorías externas anuales que garantizan la máxima calidad AENOR.
- ✓ Nuestros procesos de enseñanza están certificados por **AENOR** por la ISO 9001.



5. Confianza

Contamos con el sello de **Confianza Online** y colaboramos con la Universidades más prestigiosas, Administraciones Públicas y Empresas Software a nivel Nacional e Internacional.



6. Somos distribuidores de formación

Como parte de su infraestructura y como muestra de su constante expansión Euroinnova incluye dentro de su organización una **editorial y una imprenta digital industrial**.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

FINANCIACIÓN Y BECAS

Financia tu cursos o máster y disfruta de las becas disponibles. ¡Contacta con nuestro equipo experto para saber cuál se adapta más a tu perfil!

25% Beca
ALUMNI

20% Beca
DESEMPLEO

15% Beca
EMPRENDE

15% Beca
RECOMIENDA

15% Beca
GRUPO

20% Beca
FAMILIA
NUMEROSA

20% Beca
DIVERSIDAD
FUNCIONAL

20% Beca
PARA PROFESIONALES,
SANITARIOS,
COLEGIADOS/AS



[Solicitar información](#)

MÉTODOS DE PAGO

Con la Garantía de:



Fracciona el pago de tu curso en cómodos plazos y sin interéres de forma segura.



Nos adaptamos a todos los métodos de pago internacionales:



y muchos mas...



[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

Especialista en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social + Titulación Universitaria en Social Media Management con 5 Créditos ECTS



DURACIÓN
325 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Especialista en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social con 200 horas expedida por EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION, miembro de la AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios) y reconocido con la excelencia académica en educación online por QS World University Rankings - Titulación Universitaria en Social Media Management con 5 Créditos Universitarios ECTS con 125 hora. Formación Continua baremable en bolsas de trabajo y concursos oposición de la Administración Pública.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con Número de Documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de EUROINNOVA en la convocatoria de XXX

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXXXXX-XXXXXX

Con un nivel de aprovechamiento ALTO

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a (día) de (mes) del (año)La Dirección General
NOMBRE DEL DIRECTOR ACADÉMICO

Sello

Firma del Alumno/a
NOMBRE DEL ALUMNO

La presente titulación es parte del Plan de Formación de EUROINNOVA y se expide en virtud de la superación de los estudios correspondientes. El presente documento certifica que el alumno/a ha superado los estudios correspondientes de la convocatoria de XXXX/XXXXXXX-XXXXXX con un nivel de aprovechamiento ALTO. Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Descripción

La televisión es uno de los temas preferidos por los usuarios en las redes sociales, es lo que se conoce como audiencia social, y consiste en la medición de la fidelización de los programas. En los últimos se ha convertido en un elemento muy importante para analizar qué parte de esa audiencia interactúa con el programa a través de las redes sociales y qué opinión tiene sobre el contenido. Este Curso en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social y en Social Media Management te ofrece unos conocimientos en marketing digital y en las estrategias que la empresa puede seguir según medio digital y redes sociales.

Objetivos

- Entender qué es la Audiencia Social y cómo utilizarla.
- Aprender los comportamientos y perfiles de la audiencia social.
- Conocer la comunicación transmedia.
- Realizar un Análisis de la audiencia social en la programación informativa de prime time.
- Realizar y conocer la audiencia social en el formato de entretenimiento: el talent y el reality show.
- Conocer la audiencia social en la ficción nacional.
- Hacer una medición de la audiencia social en España.
- Conocer el marco jurídico de la Audiencia Social.
- Integrar las redes sociales en la estrategia corporativa de la empresa.
- Realizar estrategias de posicionamiento e imagen de marca.
- Conocer las Herramientas de gestión y monitorización para rentabilizar el tiempo en la web 2.0.

[Ver en la web](#)**EUROINNOVA**
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

A quién va dirigido

El Curso en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social y en Social Media Management va dirigido a todos aquellos profesionales que quieran saber más sobre la publicidad, la fidelización de los medios de comunicación y en la medición de la audiencia social, así como a personas que deseen adquirir las técnicas de social media.

Para qué te prepara

Este Curso en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social y en Social Media Management te prepara para tener una visión amplia y precisa sobre el entorno del marketing digital en relación con las técnicas y funciones que debe realizar el social media manager y en las diferentes estrategias de comunicación eficaces.

Salidas laborales

Publicidad, Marketing, Medios de Comunicación, Área de comunicación institucional y corporativa, Consultoría de comunicación, Social media, Medios sociales.

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

TEMARIO

PARTE 1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MEDIOS Y MARCAS. AUDIENCIA SOCIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ÉRASE UNA VEZ LA AUDIENCIA SOCIAL.

1. En una televisión no muy lejana.
2. Personajes animados, cuentos personalizados.
3. ¿Fueron felices?
4. La audiencia ya no quiere ser princesa.
5. Se trata de escribir tu propia historia.
6. ¿Y no hay pausa publicitaria en este cuento?
7. Si la audiencia ya no quiere ser princesa, ¿qué quiere ser?

UNIDAD DIDÁCTICA 2. AUDIENCIAS EN SEGUNDAS PANTALLAS: PÚBLICO PARTICIPATIVO Y CONTENIDO TRANSMEDIA.

1. Introducción.
2. Usos de las aplicaciones de televisión entre los jóvenes.
3. Hábitos de uso y consumo de aplicaciones de televisión en jóvenes.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMPORTAMIENTOS Y PERFILES DE LA AUDIENCIA SOCIAL.

1. Introducción y estado de la cuestión.
2. Material y metodología.
3. Análisis: comportamiento y perfil de la audiencia social por tipo de programas televisivos.
 1. - Programas de entretenimiento, deportivos y de ficción.
 2. - Programas informativos y tertulias políticas.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS EMPRESAS SE APUNTAN A LA COMUNICACIÓN TRANSMEDIA.

1. Todos queremos contar historias, cualquier historia.
2. La profundidad de lo inmenso y la fuerza de lo pequeño.
3. Cuantos menos intermediarios, más ventajas.
4. ¿Quieres contar una historia? Mide tus pasos y emociona.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA SOCIAL EN LA PROGRAMACIÓN INFORMATIVA DE PRIME TIME. EL CASO DE ATRESMEDIA.

1. Introducción.
2. Objetivos y metodología.
3. Resultados.
 1. - Análisis Antena 3 Noticias 2.
 2. - Análisis de la Sexta Noticias 20h.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA AUDIENCIA SOCIAL EN EL FORMATO DE ENTRETENIMIENTO: EL TALENT Y EL REALITY SHOW A EXAMEN.

1. Objetivos y metodología.
2. Resultados del análisis de MasterChef: integración de plataformas y multiplicación de emisores.
3. Resultados del análisis de Pekín Express: la audiencia social como eje de la estrategia transmedia.
4. Resultados del análisis de La Voz: estrategia transmedia en un programa multiplataforma familiar.
5. Comparativa de los programas analizados.
6. El juego identificadorio espectador-concursante, clave de éxito en los concursos.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AUDIENCIA SOCIAL EN LA FICCION NACIONAL. DE LOS TELE-RODRÍGUEZ A EL MINISTERIO DEL TIEMPO.

1. Introducción.
 1. - El caso paradigmático de El Ministerio del Tiempo.
2. Análisis de la audiencia social en El Ministerio del Tiempo.
 1. - Breve descripción.
 2. - Comportamiento de la audiencia social en la primera temporada.
 3. - Comportamiento de la audiencia social en la segunda temporada.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. EN TWITTER YA NO HAY AMIGOS. ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA SOCIAL EN LOS PREMIOS GOYA 2016.

1. Introducción.
2. Metodología.
3. Análisis.
4. Conclusiones.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. ANUNCIANTES Y AUDIENCIA SOCIAL: HEINEKEN Y LA FINAL DE LA UEFA CHAMPIONS LEAGUE 2016.

1. Introducción.
2. Marcas de cerveza y su realización con el fútbol. Publicidad y redes sociales.
3. Metodología y objeto de este estudio.
 1. - Objetivos de la medición.
4. Heineken y la final de la UEFA Champions League 2016. Análisis de acción en redes sociales.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. LA MEDICIÓN DE LA AUDIENCIA SOCIAL EN ESPAÑA.

1. La medición de audiencia.
2. La medición del share televisivo y social: audímetros y audiencia social no miden lo mismo.
 1. - Los audímetros en España.
 2. - La medición de la televisión social.
 3. - La tendencia: EE.UU. y la medición de otras pantallas y plataformas.

UNIDAD DIDÁCTICA 11. LEGISLAR EN REDES SOCIALES. HACIA UN POSIBLE MARCO JURÍDICO DE APLICACIÓN EN AUDIENCIA SOCIAL.

1. Introducción: la audiencia volcada en el uso de las redes sociales.
2. Regulación dispersa y en constante evolución.
3. Límites a la publicidad en pro de la audiencia.

1. - Determinados supuestos especiales.
4. Los menores, especial objeto de protección.
5. Autocontrol y código de confianza online.
6. El obligado cumplimiento de la Ley de Protección de Datos para proteger a la audiencia.
7. Televisión, radio y cine volcados hacia la audiencia social.
8. Una audiencia social conocedora de los derechos que la asisten como consumidora.
9. ¿A quién acudir si se produce una vulneración de la ley?

EDITORIAL ACADÉMICA Y TÉCNICA: Índice de libro Audiencia social, Saavedra Llamas, Marta · Rodríguez Fernández, Leticia (coordinadoras). Publicado por Editorial Síntesis

PARTE 2. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter

Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Power Editor
10. Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

[Ver en la web](#)



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

¿Te ha parecido interesante esta información?

Si aún tienes dudas, nuestro equipo de asesoramiento académico estará encantado de resolverlas.

Pregúntanos sobre nuestro método de formación, nuestros profesores, las becas o incluso simplemente conócenos.

Solicita información sin compromiso

¡Matricularme ya!

¡Encuétranos aquí!

Edificio Educa Edtech

Camino de la Torrecilla N.º 30 EDIFICIO EDUCA EDTECH,
C.P. 18.200, Maracena (Granada)

 900 831 200

 formacion@euroinnova.com

 www.euroinnova.edu.es

Horario atención al cliente

Lunes a viernes: 9:00 a 20:00h Horario España

¡Síguenos para estar al tanto de todas nuestras novedades!



Ver en la web



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION



EUROINNOVA
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

 By
EDUCA EDTECH
Group