



MARKETING



Curso de Publicidad en Redes Sociales

Fórmate en el Nuevo Marketing



Información Académica (10-14h L-V)
Tel. 91 169 70 97
mariana.blazquez@cursosmarketingonlinefunded.com
www.cursosmarketingonlinefunded.com

Información Matrícula Fundación UNED
Tel. 91 386 72 76
gestion.certificados@fundacion.uned.es
www.fundacion.uned.es

PRESENTACIÓN

Inicio del curso
8 de octubre de 2018

¿Estás pensando en desarrollar tu carrera profesional en el ámbito de la publicidad en redes sociales?

Te lo ponemos fácil a través de cuatro premisas.



Metodología

100% online
con clases en directo.



Mejor Relación

Calidad/Precio

(este curso posee descuentos y bonificaciones).



Duración

4 meses (8 de octubre de 2018 – 8 de febrero de 2019).

**500 horas de formación
certificadas.**



Garantía

La Fundación UNED es un organismo de gran prestigio, en España y América Latina, gracias a su buena labor y tradición en la formación online y a distancia.

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)





Los medios sociales son una de las grandes herramientas de comunicación que nos ofrece internet, y una de las formas de llegar a potenciales usuarios y clientes más usadas en la actualidad.

Decir que el marketing tradicional se ha visto superado y completado por el marketing digital hoy día es una obviedad. Ello supone para los profesionales del sector, empresarios o profesionales del entorno web una oportunidad de mejorar sus habilidades profesionales, al tiempo que una obligación de conocer las herramientas con las que se trabaja en la actualidad.

Conocer sus posibilidades, guiados en todo momento por profesionales del sector, se ofrece como una gran oportunidad para adentrarnos y profundizar dentro de algunas de las formas más habituales de anunciarse en internet: los medios sociales. Pero no desde el punto de vista de la gestión de la comunidad virtual (lo que conocemos como Community Management), sino desde **un enfoque puramente publicitario, mediante el uso de campañas con anuncios de pago masivos o hipersegmentados en Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn.**

Con este curso el alumno trabajará para **aprender todas las claves a la hora de diseñar, implementar, supervisar y mejorar diferentes tipos de campañas en estos medios sociales, de acuerdo a una serie de objetivos definidos previamente.**

Además, **el curso también introducirá al alumno en el Análisis Web y en el uso de Google Analytics, para que sea capaz no solo de poner en marcha campañas eficaces en medios sociales, sino también de medir los resultados de estas campañas y analizar su rentabilidad, desde el punto de vista del sitio Web.** Sin duda, un gran valor añadido.

El marketing digital ha venido para quedarse, en nuestra mano está saber aprovechar todos sus recursos.

Integra estas competencias en tu perfil profesional, comprende cómo funcionan las campañas en medios sociales, ponlas en marcha, mide los resultados y alcanza los objetivos de negocio. Tus clientes te están esperando.



A quién va dirigido

- Profesionales, responsables y directivos de marketing y publicidad.
- Propietarios de negocios con presencia online o que se plantean dar el salto a internet.
- Community managers.
- Webmasters (propietarios y administradores de sitios web).
- Comerciales y publicistas.
- En general, estudiantes, autónomos, diseñadores web y profesionales de internet que quieran crear sus propias campañas online, que tengan pensado que les lleve su publicidad una agencia, o que deseen incorporarse al mercado laboral con una buena base de conocimiento en el sector del marketing en medios sociales.

Objetivos

1

Formar al alumno para que aprenda a crear campañas de marketing online rentables en las principales plataformas sociales online: Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn.

Iniciarse en el mundo de la Analítica Web con Google Analytics, para medir y optimizar las campañas en medios sociales.

2

METODOLOGÍA

100% Online y clases en directo: flexibilidad y cercanía.



Campus Online



Tutor Personal



Clases en Directo



App Móvil

Recibirás las claves de acceso al Campus Online del curso. Desde ese momento podrás acceder cuando quieras (24 horas al día), en función de tu disponibilidad horaria, y desde donde quieras. Solo necesitas una conexión a internet.

Además de que la flexibilidad horaria y geográfica es total, el modelo pedagógico del curso está diseñado para ser conciliado con tus responsabilidades laborales y personales.



¿Qué me voy a encontrar?

Una vez dentro del campus, podrás descargar y estudiar el material didáctico, asistir a clases en directo, ver videotutoriales explicativos, participar en foros de debate, plantear tus dudas a los profesores o a tu tutor, leer documentación complementaria, realizar las actividades o interactuar con otros alumnos.

En función de la parte del curso en la que estemos, cada uno de estos aspectos será el protagonista. El curso está dotado de un ritmo muy interesante, ¡no te vas a aburrir ni un minuto!

Clases en directo

Las clases en directo consisten en explicaciones por parte del equipo docente de aquellos contenidos en los que, por su complejidad o importancia, queremos hacer hincapié trabajándolo directamente contigo. También aprovecharemos algunas de estas sesiones para ayudarte a resolver dudas, queremos que notes cercanía y los profesores van a estar muy pendientes de ti.

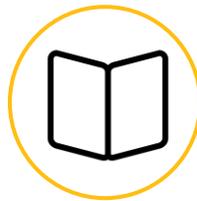
Podrás vivir la experiencia de una clase tradicional con profesores y alumnos, pero sin salir de casa. Si no puedes asistir a dichas clases, no te preocupes, la asistencia es voluntaria y todas las sesiones se graban para que puedas verlas cuando quieras.

Tutorías telefónicas

Además de lo anterior, contarás con la posibilidad de contactar con tu tutor a través de tutorías telefónicas. ¡No te vamos a dejar guardarte ni una duda!

MODELO DE EVALUACIÓN

Se trata de una evaluación continua de carácter fundamentalmente práctico



Teórica

A lo largo del curso se aportan amplios conocimientos teóricos que se evalúan fundamentalmente en su aplicación práctica. Por ello, la evaluación puramente teórica constituye una pequeña parte de la evaluación.



Práctica

A lo largo del curso vas a practicar con las principales plataformas publicitarias en medios sociales: Facebook, Twitter y LinkedIn. Aprenderás las claves para trabajar con ellas y crearás los tipos de campaña más populares.

Por último, como medir los resultados es muy importante para mejorar continuamente, aprenderás también a manejar Google Analytics, etiquetando tus campañas en medios sociales y pudiendo analizar con detalle los resultados que estas obtienen desde el punto de vista del sitio web.

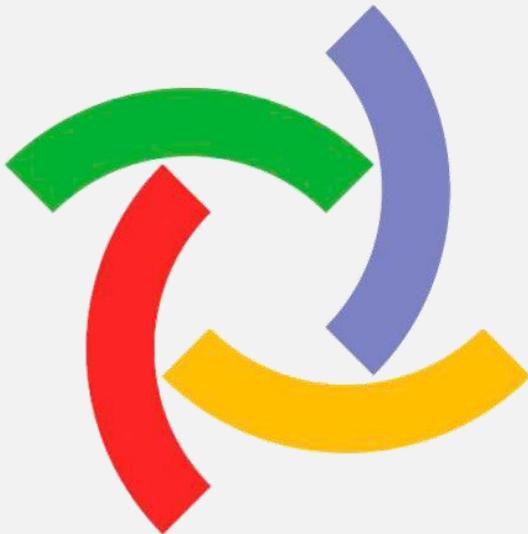
TITULACIÓN

Todos aquellos alumnos que superen el curso con éxito, recibirán el título de “Curso en Publicidad en Redes Sociales de la Fundación UNED” que reconoce 500 horas de formación en la materia.

**Título de la
Fundación UNED**
que refuerza tu currículum



500 HORAS
de formación reconocidas



Qué es la Fundación UNED

La Fundación UNED pertenece a la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia www.uned.es) y tiene por objeto diseñar, promover y realizar todos aquellos estudios que son necesarios en pro del desarrollo científico, cultural, social, económico, de la investigación y de la formación profesional, tanto de la sociedad española como de aquellos países con los que mantiene relaciones de cooperación.

Para ampliar la información, visitar www.fundacion.uned.es.



PROFESORADO

Enrique Clemente Moneva

Ingeniero Superior de Telecomunicaciones por la Universidad de Zaragoza.

Socio fundador de la Agencia de Marketing Online Idento y de la Agencia de Publicidad Equilátera. Actualmente trabaja como director de Operaciones en Idento.

Tras su paso por varias consultoras tecnológicas, lleva 11 Años trabajando en el mundo del marketing online, desempeñando, entre otras, funciones como consultor en las áreas de SEO, SEM y Analítica Web y como docente en diferentes instituciones, participando en diversos cursos de la Fundación UNED desde 2011.

Cuenta con las certificaciones profesionales en Google Adwords (Búsqueda, Display, Shopping, Vídeo y Mobile), Bing Ads, Google Analytics y Mobile Expert by iAi.



Carlos David López García

Graduado en Empresa y Marketing por la Escuela Superior de Comunicación de Negocios de Andalucía, con especialización en Marketing estratégico, relacional y trend marketing.

Actualmente es el responsable del Dpto. Marketing Online en Idento. Además, es Google Top Contributor en la Comunidad Oficial de Anunciantes de Google para los productos de Google AdWords y Analytics.

Experto en la gestión de campañas SEM y en Analítica Web, con especialización en webs de e-commerce.

Promotor del caso de éxito de Idento finalista en Google Premier Partner Awards Dublín 2016 para la categoría de Search.

Docente en diferentes instituciones como Universidades, Cámaras de Comercio y escuelas privadas de negocios.

Certificado por los programas Google AdWords, Bing Ads, Google Analytics, Hootsuite y Mobile Expert by iA).



PROFESORADO

Marina Hernández Muñoz

Graduada en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela Internacional de Gerencia y Licenciada en Comercio Internacional por La Universidad de Derby.

Técnico en Social Media y Community Manager por la Escuela Internacional de Gerencia.

Actualmente trabaja como Consultora de Marketing Online en Idento, especialista SEM y PPC, gestionando cuentas y campañas para más de 20 clientes en plataformas como AdWords, Facebook y Twitter. También desempeña la función de Community Manager, realizando la planificación y ejecución estratégica en los medios sociales de la compañía.

Certificada por los programas profesionales de Google AdWords (Publicidad en Búsqueda, Display, Vídeo, Móvil, y Shopping), Bing Ads y Google Analytics.



Daniel Piñera Candás

Graduado en Administración y Dirección de Empresas por la Escuela Internacional de Gerencia de Granada, Bachelor in International Business & Management por la Universidad de Derby (Reino Unido) y Máster en Marketing y Gestión Comercial por ESIC Business & Marketing School.

Ha desarrollado su carrera siempre ligado al Marketing, primero dentro del ámbito offline y posteriormente en el ámbito online, en los sectores de turismo, gran consumo y banca. Además de Especialista en SEM y en plataformas PPC, cuenta con experiencia en planificación y desarrollo estratégico, así como en la gestión de contenidos y medios.

Actualmente trabaja como Consultor de Marketing Online en Idento, gestionando cuentas y campañas para diferentes empresas de servicios y e-commerce. Está certificado como Profesional por los programas de Google AdWords, Google Analytics y Bing Ads.



PROFESORADO

Rocío Sánchez Trujillo

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Granada. Máster en Marketing y Gestión Comercial por ESIC Business & Marketing School.

Actualmente trabaja como Consultora de Marketing Online en Idento. Especialista en SEM, PPC y Analítica Web, gestionando cuentas y campañas para diferentes empresas de servicios y e-commerce.

Certificada por los programas profesionales de Google AdWords, Bing Ads y Google Analytics.



PROGRAMA

I. Introducción al Marketing Online de pago en Redes Sociales

- Conceptos generales del marketing en Internet.
- Publicidad de pago en redes sociales vs publicidad en buscadores y en otros soportes de display.
- El papel del copy en la publicidad en redes sociales
 - Recursos creativos para el copy en redes sociales
 - Recursos narrativos para el copy en redes sociales
- Principales plataformas de marketing en redes sociales en España:
 - Facebook Ads + Instagram
 - Twitter Ads.
 - LinkedIn Ads.
- Metodología de trabajo, planificación y estrategia de una campaña de pago en medios sociales.
- Términos básicos cuando trabajamos con campañas en medios sociales.
- Modelos de pago y estrategias en una campaña de marketing online.
- Las páginas de aterrizaje (“landing pages”).
- Casos prácticos.

PROGRAMA

II. Publicidad en Facebook e Instagram. Facebook Ads

- Introducción a la publicidad en Facebook. Publicidad mediante reserva vs publicidad de pago por objetivo
- Qué es Facebook Ads.
- Ventajas y limitaciones.
- Tipos de campañas.
- Creación de la cuenta publicitaria.
- Creación de campañas. Segmentación del público objetivo, presupuesto, pujas y anuncios.
- Campañas en Instagram con Facebook Ads.
- Remarketing con Facebook Ads
- El píxel de seguimiento de Facebook
- Consejos para crear campañas eficaces.
- Las particularidades de Facebook Ads en la función del copy
- Optimización de anuncios y publicaciones
- Analítica de campañas desde la plataforma Facebook Ads
- Análisis de casos reales
- Business Manager de Facebook para organizar múltiples cuentas publicitarias



PROGRAMA

III. Publicidad en Twitter. Twitter Ads

- Introducción a la publicidad en Twitter. Publicidad mediante reserva vs publicidad de pago por objetivo
- Qué es Twitter Ads
- Ventajas y limitaciones
- Tipos de campañas
- Creación de la cuenta publicitaria
- Creación de campañas. Segmentación del público objetivo, presupuesto, pujas y anuncios.
- Remarketing con Twitter Ads
- El píxel de conversión de Twitter
- Consejos para crear campañas eficaces.
- Las particularidades de Twitter Ads en la función del copy
- Optimización de anuncios y cards.
- Analítica de campañas desde la plataforma de Twitter
- Análisis de casos reales
- Gestión de múltiples cuentas publicitarias de Twitter

PROGRAMA

IV. Publicidad en LinkedIn. LinkedIn Ads

- Introducción a la publicidad en LinkedIn. Publicidad mediante reserva vs publicidad de pago por objetivo
- Qué es LinkedIn Ads
- Ventajas y limitaciones
- Tipos de campañas
- Creación de la cuenta publicitaria
- Creación de campañas. Segmentación del público objetivo, presupuesto, pujas y anuncios.
- Seguimiento de conversiones con LinkedIn
- Consejos para crear campañas eficaces
- Las particularidades de LinkedIn Ads en la función del copy
- Analítica de campañas desde la plataforma de LinkedIn
- Análisis de casos reales
- Gestión de múltiples cuentas publicitarias de LinkedIn

PROGRAMA

V. Análítica Web de campañas publicitarias en Redes Sociales. Google Analytics

- Introducción a la Análítica Web y a Google Analytics
- Administración básica de Google Analytics
- Configuración del seguimiento Web
- Principales informes de Google Analytics
- Modelos de atribución
- Etiquetado de campañas sociales
- Importación de costes de las plataformas sociales a Google Analytics
- Análisis de conversiones y cálculo del ROI.

VI. Casos prácticos

- El alumno trabajará diversos casos prácticos durante todo el curso, creando campañas en las diferentes plataformas publicitarias (Facebook, Twitter y LinkedIn) y trabajando con la herramienta de analítica web Google Analytics para analizar los datos de las campañas de pago en medios sociales.

PRECIO

Matrícula de **650 €**, precio final.

Se puede elegir un único pago o fraccionado en dos plazos, abonando el 60% del total al hacer la matrícula y el 40% restante antes del 8 de diciembre de 2018. El pago fraccionado es compatible con los descuentos.

Colectivos **520 € (20% de Descuento)**

- Personas en situación de desempleo (el alumno deberá enviar una copia escaneada del justificante de demanda de empleo en vigor, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Profesionales autónomos (el alumno deberá enviar una copia escaneada del último pago a autónomos, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Alumnos y antiguos alumnos de la UNED y Fundación UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del título del curso realizado o una copia escaneada del pago de matrícula del curso que está realizando, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Personal UNED (el alumno deberá enviar una copia escaneada del carné de empleado de la UNED, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).
- Personas con discapacidad del 33% o superior (el alumno deberá enviar una copia escaneada del certificado de discapacidad, junto al comprobante de pago, a gestion.certificados@fundacion.uned.es).

Antiguos Alumnos **390 € (40% de Descuento)**

Antiguos alumnos de los cursos de Marketing Online, Analítica Web y Certificación de Google Analytics, Inbound Marketing, Usabilidad y Experiencia de Usuario, Community Management, Competencias Tecnológicas para Community Managers, Adwords y certificaciones de Google y Microsoft, Gamificación y Storytelling, Blogger Profesional, E-commerce de la Fundación UNED.

Trabajadores en Activo **650 € (100% Bonificable)**

Curso 100% bonificable a través de la [FUNDAE](#) (antigua F. Tripartita). El curso es abonado por la empresa, para su trabajador, mediante créditos formativos.

Al formalizar la matrícula, puede seleccionar que la Fundación UNED se haga cargo, en nombre de su empresa, de la tramitación de la bonificación en la FUNDAE. Esta gestión supone un incremento de un 10% de la matrícula, importe que también será bonificado como coste del curso.

Más información: gestion.bonificaciones@fundacion.uned.es

MATRÍCULA E INSCRIPCIÓN

Periodo de matriculación
hasta el 1 de octubre de 2018

Duración del curso
del 8 de octubre de 2018 al 8 de febrero de 2019

Inscripción

Podrás formalizar tu matrícula vía telemática en la página web del curso www.cursosmarketingonlinefunded.com o bien en la página oficial de la Fundación UNED www.fundacion.uned.es.

Información Académica (10-14h L-V)

Tel. 91 169 70 97 | mariana.blazquez@cursosmarketingonlinefunded.com
www.cursosmarketingonlinefunded.com

Información Matrícula Fundación UNED

Tel. 91 386 72 76 | gestion.certificados@fundacion.uned.es
www.fundacion.uned.es

[VISITA LA WEB DEL CURSO](#)

[MATRÍCULA ONLINE](#)
