

# DOBLE TITULACIÓN

---

SOCIAL MEDIA

+

MÁSTER EN RELACIONES PÚBLICAS

**esneca**  
BUSINESS SCHOOL

VPMS008

- DIPLOMA AUTENTIFICADO POR NOTARIO EUROPEO -



**aen**  
asociación española  
de escuelas de negocios



## DESTINATARIOS

Esta doble titulación en Social Media + Máster en Relaciones Públicas está dirigido a empresarios, directivos, emprendedores, trabajadores del sector del periodismo y la comunicación. Permite conocer la comunicación en la empresa, comercial, interna y externa. La publicidad como canal de comunicación, la agencia publicitaria. Las relaciones públicas y el marketing, además de la figura del Community Manager y también el papel de las redes sociales de hoy día.

Además, a lo largo del estudio el alumno tendrá a su disposición diversos ejercicios de autoevaluación con los que podrá comprobar si está avanzando adecuadamente con el estudio.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Esneca Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

## FICHA TÉCNICA

CARGA HORARIA  
1050H



MODALIDAD  
A DISTANCIA / ONLINE  
\*Ambas modalidades incluyen  
módulos con clases en directo



CURSO INICIAL  
ONLINE



TUTORIAS  
PERSONALIZADAS



IDIOMA  
CASTELLANO



DURACIÓN  
HASTA UN AÑO  
\*Prorrogable



## IMPORTE

VALOR ORIGINAL: 1780€  
VALOR ACTUAL: 890€

## CERTIFICACIÓN OBTENIDA

---


Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el “**SOCIAL MEDIA + MÁSTER EN RELACIONES PÚBLICAS**”, de ESNECA BUSINESS SCHOOL, avalada por nuestra condición de socios de la CECAP y AEEN, máximas instituciones españolas en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez, contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

## REDES SOCIALES

---

 [www.facebook.com/esnecaschool](http://www.facebook.com/esnecaschool)

 [linkedin.com/school/esneca-business-school](http://linkedin.com/school/esneca-business-school)

 [@esneca.business.school](https://www.instagram.com/esneca.business.school)

 [www.esneca.com](http://www.esneca.com)

 [www.twitter.com/ESNECA](http://www.twitter.com/ESNECA)

 [www.esneca.com/blog](http://www.esneca.com/blog)

# **CONTENIDO FORMATIVO**

---

## **PARTE 1. RELACIONES PÚBLICAS**

### **MÓDULO I. COMUNICACIÓN**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN**

1. Concepto de la comunicación
2. Elementos que intervienen en el proceso de comunicación
3. Teorías de la comunicación según el contexto
4. Tipos de comunicación
5. Efectos y obstáculos de la comunicación
6. Decálogo de la comunicación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA**

1. Comunicación e información
2. Las relaciones en la empresa: humanas y laborales
3. Tratamiento y flujo de la información en la empresa
4. Tipos de comunicación en la empresa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA EN LA EMPRESA**

1. La comunicación interna
2. La comunicación externa
3. Herramientas de comunicación interna y externa

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA COMUNICACIÓN COMERCIAL**

1. La Comunicación comercial
2. Fuentes de información de la comunicación comercial
3. Identidad e imagen corporativa

### **MÓDULO II. PUBLICIDAD**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA PUBLICIDAD**

1. Concepto de publicidad
2. Procesos de comunicación publicitaria
3. Técnicas de comunicación publicitaria

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA EMPRESA ANUNCIANTE**

1. El departamento de publicidad en la empresa
2. Selección de la empresa publicitaria

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AGENCIA PUBLICITARIA**

1. La agencia de publicidad
2. Estructura y funciones
3. Clasificación de agencias de publicidad

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. EL CANAL DE COMUNICACIÓN EN LA PUBLICIDAD**

1. Concepto y clasificación
2. Medios publicitarios
3. Internet y publicidad
4. Estrategias publicitarias

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN A LAS RELACIONES PÚBLICAS**

1. Definición y concepto de Relaciones Públicas
2. Cómo montar una operación de Relaciones Públicas

## **MÓDULO III. RELACIONES PÚBLICAS Y LA WEB 2.0: EXPERTO EN MARKETING VIRAL**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROTOCOLO EN LA EMPRESA**

1. Concepto de protocolo
2. Tipos de protocolo
3. Protocolo en la empresa

### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. RELACIONES PÚBLICAS Y MARKETING**

1. Introducción
2. La publicidad y la Web
3. El marketing unidireccional de la interrupción
4. Antiguas normas del marketing
5. Las relaciones públicas y la prensa
6. Antiguas normas de las relaciones públicas
7. Nuevas normas del marketing y de las relaciones públicas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 12. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER**

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

### **UNIDAD DIDÁCTICA 13. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (I)**

1. Medios sociales
2. Redes sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 14. REDES SOCIALES Y WEB 2.0 (II)**

1. Blogs
2. Microblogging
3. Wikis
4. Podcast
5. Plataformas de vídeo
6. Plataformas de fotografía

### **UNIDAD DIDÁCTICA 15. MARKETING VIRAL. EL MARKETING EN LAS REDES SOCIALES**

1. ¿Qué es el marketing viral?
2. Procesos del marketing viral

3. La importancia de los contenidos en la Web
4. Estrategias de marketing y relaciones públicas
5. Marketing y las redes sociales

## **PARTE 2. SOCIAL MEDIA**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA**

1. Definición de la Web 2.0
2. Tipos de redes sociales
3. Importancia actual del social media
4. El prosumer
5. Marketing viral

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA FIGURA DEL COMMUNITY MANAGER**

1. ¿Qué es un Community Manager y de qué se encarga?
2. Habilidades, aptitudes y actitudes de un Community Manager
3. Funciones y responsabilidades de un Community Manager
4. Los objetivos de un Community Manager
5. Tipos de Community Manager

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. FACEBOOK, TWITTER Y LINKEDIN**

1. Red social generalista: Facebook
2. 2. Microblogging: Twitter
3. 3. La red social de los profesionales y reclutamiento: LinkedIn

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. YOUTUBE, INSTAGRAM Y PINTEREST**

1. El poder del vídeo: Youtube
2. Imagen y branding: Instagram
3. Red de nicho: Pinterest

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. SOCIAL MEDIA PLAN**

4. Elección de canales
5. Planificación de la estrategia
6. El contenido es el rey
7. Social Media Engagement
8. ORM: Online Reputation Management

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA**

1. Social Listening
2. Uso de chatbots en Facebook Messenger
3. Instagram Direct y gestión de comentarios
4. Twitter como canal de atención al cliente

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. BLOGGING Y WORDPRESS**

1. Definición y funciones del blog
2. Sistema de gestión de contenidos o CMS: Wordpress
3. Configuración inicial de Wordpress
4. Páginas de WordPress
5. Diseño del blog
6. Publicación de contenidos

7. Gestión de comentarios
8. Plugins par aoptimizar el SEO

## **UNIDAD DIDÁCTICA 8. SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION: HERRAMIENTAS PARA ACCIONES DE SMO**

1. Herramientas básicas
2. Herramientas de gestión
3. Herramientas de multiposting
4. Herramientas de gestión integral
5. Herramientas de monitorizacion integral

## **UNIDAD DIDÁCTICA 9. INTRODUCCIÓN AL COPYWRITING**

1. ¿Qué es el copywriting?
2. Conectar, emocionar y convencer
3. Principales técnicas de copywriting
4. SEO para Copywriting
5. La importancia de los títulos

## **UNIDAD DIDÁCTICA 10. ANALÍTICA EN SOCIAL MEDIA**

1. Facebook Insights
  2. Estadísticas de Instagram
  3. Twitter Analytics
  4. Analítica en LinkedIn
- Youtube Analytics