

MMD

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Estudiantes que desean enfocar su carrera profesional dentro del marketing online y emprendedores y pequeños empresarios que quieren impulsar su negocio en Internet.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos de diseño gráfico.

SALIDAS PROFESIONALES

- Consultor estratégico
- Consultor SEO
- Consultor SEM
- Community Manager
- Analista Web

PORTFOLIO

Al término del máster el alumno se habrá configurado un plan de Marketing Online de una empresa.

Máster Marketing Digital & Redes Sociales

El Máster **Marketing Digital & Redes Sociales** te permite adquirir una formación básica en todas las disciplinas que conforman el **marketing online: Estrategia Digital, Google Analytics, SEO, SEM y Community Manager**. Este Máster está diseñado sobre todo para dos públicos: jóvenes que desean enfocar su carrera profesional dentro del marketing online y emprendedores y pequeños empresarios que quieren impulsar su negocio en Internet.

Con este Máster aprenderás los conceptos esenciales para mejorar las posiciones de un sitio web en los resultados de los motores de búsqueda (**SEO**), crearás campañas de anuncios en Google (**SEM**) o en Facebook ; conseguirás más seguidores en Twitter, crearás páginas en facebook orientadas a la conversión e iniciarás una red de contactos en LinkedIn (**Community Manager**); crearás una cuenta en **Google Analytics 4**, establecerás objetivos de conversión y realizarás informes personalizados sobre el rendimiento de un sitio web (**Analítica Web**). Este Máster es muy recomendable para todas aquellas personas que desean dar sus primeros pasos en el sector del marketing online.

El Máster tiene un **enfoque 100% práctico** donde aprenderás la definición de una estrategia de marketing digital aplicándola directamente sobre casos y ejercicios reales. Desarrollarás los conocimientos y competencias necesarias para el **diseño, implementación, gestión, análisis y medición** de un **Plan de Marketing Digital** para cualquier tipo de proyecto: una página web personal, una web de servicios o una web de una PYME.



¿Qué aprenderás?

- Realizar un plan de Marketing Online
- Mejorar el posicionamiento web organico
- Hacer campañas en Google Ads, Business Suite
- Diseñar una estrategia Social Media y gestionar una comunidad online
- Crear una red de contactos en LinkedIn
- Medir y analizar el tráfico de una web con Google Analytics 4
- Crear objetivos y conversiones. Etiquetado con Tag Manager
- Tener argumentos para defender tus ideas
- Realizar informes personalizados sobre el rendimiento de un sitio web
- Presentar proyectos ante el cliente
- Crear portfolio de trabajos



¿Qué ofrecemos?

- Clases 100% prácticas
- Profesores con experiencia tanto profesional como docente
- Realización de proyectos individualizados
- Asesoramiento en la confección del portfolio de trabajos
- Visionado y análisis de campañas actuales
- Campus virtual
- Información sobre conferencias, ferias, festivales y exposiciones
- Información sobre concursos para estudiantes
- Material didáctico
- Blog informativo
- 1 ordenador Mac por alumno
- Acceso a Internet
- Bibliografía recomendada
- Diploma acreditativo
- Bolsa de trabajo
- Convenio de prácticas con empresas

ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO

	INTERNO	EXTERNO
NEGATIVO	DEBILIDADES Sin clientes Poca inversión, presupuesto limitado. Pocos ingresos iniciales	AMENAZAS Competencia fuerte Escaso margen de beneficio por producto Competencia posicionada
POSITIVO	FORTALEZAS Tienda online horario 24h Buenos precios, económicos Experiencia en Marketing, en comercio electrónico y en redes sociales Capacidad creativa para productos de innovación Producto en stock. Envíos rápidos	OPORTUNIDADES Sencilla gestión de compra Promociones por nuevo cliente Posible ampliación de catálogo según reclamo cliente

CAMPAÑAS EN GOOGLE ADS

Cristina Martínez Simarro



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

A personas y profesionales que necesitan contar con una estrategia digital para guiar sus pasos dentro del canal online.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos básicos en internet.

Estrategia Digital

¿Cuánto debe invertir una empresa para estar presente en Internet? ¿Qué retorno de la inversión es el idóneo? ¿Cómo se miden los resultados? ¿Cuáles deben ser los indicadores? ¿Qué redes sociales debemos utilizar y por qué? ¿Cómo vamos a aumentar el tráfico a nuestra web? Hoy todas las empresas y profesionales necesitan contar con una **estrategia digital** para guiar sus pasos dentro del canal online. Una estrategia digital debe determinar y coordinar todas las acciones de **SEO, SEM, Community Management y Analítica Web** que una compañía debe implementar dentro de su **plan de marketing online**. Este curso te aporta la visión introductoria necesaria para que conozcas todas las áreas que conforman el marketing online y puedas luego profundizar en cada una de ellas: SEO, SEM, Community Management y Analítica Web.

En este curso de estrategia digital aprenderás principalmente, de forma práctica, a identificar y usar las **métricas de negocio** necesarias para tu proyecto o empresa. Aprenderás a **cuantificar y hacer estimaciones de inversión** necesarias en un plan de marketing online para distribuir el mismo entre distintos canales de adquisición (SEO, SEM, Display, Redes de Afiliación, Redes Sociales, etc..).

Aprenderás la metodología de **Inbound Marketing**, técnicas y canales para la captación de leads. Diseñar **embudos de conversión** y herramientas de contenidos para **automatizar** todo el proceso.



Joaquín Matos Romo

El Paradigma Digital

El nuevo Marketing y el nuevo usuario Digital. Diferencias entre el marketing tradicional con el marketing digital actual. Las 4Ps del marketing.

Tipos de Marketing y modelos de Negocio Online

Marketing Directo, Relacional, Viral. El Big Data y sus posibilidades. Modelos de negocio más comunes en Internet. Fuentes de ingresos, métricas de negocio utilizadas y creación de Negocio propio..

Tipos de Costes: CPC, CPM, CPL, CPA

Métricas de campaña. ¿Cómo hacer estimaciones de la rentabilidad de un negocio o la rentabilidad de las campañas?

Redes Publicitarias

Google ADS, Meta, Redes de Afiliación. Diferencias y usos potenciales según objetivo de negocio.

Estrategias de Marketing Digital

Ejemplos de Estrategias Digitales de negocio actuales. Definición de un negocio y su estrategia digital.

Organizaciones Digitales & Plan Marketing Online

Marketing de Atracción Retención y Recomendación. Plan de Marketing Online. Las Fases de un Plan de Marketing. Estructura, Objetivos y Estrategia. Crea un Plan de Marketing Online para tu negocio y analiza el ROI. Analítica Web y KPIs de Negocio.

Introducción al Inbound Marketing

¿Qué es el inbound? Outbound e inbound. Aprende a captar tráfico con una de las estrategias de Digital más relevantes.

Buyer persona

De la audiencia a la hipersegmentación: el concepto de buyer persona. Construye e identifica a tu buyer persona.

Captación de leads

Técnicas y canales para la captación de leads. Tipos de lead magnets y su uso.

Embudos y Customer journey

Diseño de embudos de conversión. Metodología TOFU, MOFU, BOFU.

Herramientas

Herramientas para contenidos, investigación de competencia y tendencias.



Elena Fernández Vera
Trabajo final de máster



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

estudiantes de Publicidad o Marketing y a profesionales que necesitan aprender las herramientas de medición y análisis.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener conocimientos básicos en internet.

Google Analytics

La recogida y tratamiento de datos sobre el comportamiento de los usuarios de sitios web permite a las empresas disponer de una información esencial para la toma de decisiones. El **análisis de datos** como el tráfico, páginas vistas, demografía, páginas de entrada/salida o porcentaje de rebote permite optimizar las inversiones y se ha convertido en un área clave dentro de los departamentos de marketing.

El Curso de **Google Analytics** está dirigido a estudiantes de **Publicidad o Marketing** y a profesionales que necesitan aprender las **herramientas de medición y análisis** más extendidas – **Google Analytics 4** – para recopilar, medir y evaluar los datos obtenidos sobre el comportamiento de los usuarios de sitios web.

La analítica web es la piedra angular del marketing digital para poder desempeñar un buen trabajo en cualquiera de sus profesiones. Aprenderás mediante la metodología del “caso” y ejercicios prácticos tanto los conceptos como a usar la herramienta de **Google Analytics**. Aprenderás a configurar la herramienta, **identificar KPIs de negocio**, escoger las métricas necesarias y hacer un panel de seguimiento del comportamiento web de tu empresa/proyecto.

Proporcionarte la formación necesaria para que puedas dominar las herramientas de analítica web más utilizadas en el mercado y puedas crear informes destinados a optimizar el uso de sitios web. Aprenderás a manejar **Google Analytics 4**, identificar las **fases de Captación, Engagement, Conversión y Retención**, **trabajar con KPIs** ligados al modelo de negocio y a interpretar los datos de la herramienta a través de ejercicios de analítica web.

En nuestro Curso de Analítica te enseñaremos los conceptos fundamentales y te asesoraremos para que puedas conseguir la **Certificación Oficial** actual de **Google Analytics**, con un porcentaje del 95% de éxito en la certificación.



Lydia Calero

¿Qué es la Analítica Web?

Usos en entornos online y empresa. ¿Para qué sirve?. Interpretación de datos. Introducción Google Analytics 4. Configuración e instalación en Wordpress.

Objetivos y KPIs

Definición y tipos de KPIs por modelos de negocio. ¿Son todos iguales? Módulos Google Analytics 4 y su aprendizaje.

Análisis

Análisis de la información y datos. Conceptos y Métricas. Identificación e interpretación de un panel de datos.

Segmentación

Segmentación de la Audiencia. Cómo y para qué. Segmentos Avanzados.

Audiencia

¿Quiénes y cómo son nuestra audiencia? Sesiones y Usuarios. Cómo es la audiencia de nuestra web. Ubicación geográfica.

Adquisición

¿De dónde viene nuestro tráfico? Fuentes de Tráfico y Conversiones. Canales. Social y Campañas.

Comportamiento

¿Qué consume nuestra audiencia? Métricas ligadas a Contenido.

Conversiones

¿Qué es una conversión? ¿Qué es un evento? Diferencias ¿Has conseguido los Objetivos marcados? Configuración y planificación de objetivos web. Cómo llevarlos a la práctica. Tasas de Conversión.

Reporting

Paneles de Métricas. Elección Correcta de Métricas.

Implementación técnica de herramientas de medición. Creación de cuenta en Google Analytics (Universal Analytics , Analytics 4) y **Google Tag Manager** y configuración en **Wordpress**.

Se hará una enseñanza especializada de Analytics para su versión vigente en 2024: Analytics 4. El alumno aprenderá a implementar y analizar de forma profesional.

Te enseñaremos los conceptos fundamentales y te asesoraremos para que puedas conseguir la **Certificación Oficial** actual de **Google Analytics**.



Lydia Calero



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

estudiantes y profesionales cuyo objetivo es adquirir una formación muy actualizada sobre las técnicas de posicionamiento natural de sitios web.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener unos conocimientos básicos de internet.

SEO. Posicionamiento Web

¿Quieres centrar tu carrera profesional en el **posicionamiento natural de sitios web** o necesitas ampliar tus conocimientos en este área? El Curso de **SEO** está dirigido a todos aquellos estudiantes y profesionales (**webmasters, diseñadores web, responsables de Marketing Online y Community Managers**) cuyo objetivo es adquirir una formación muy actualizada sobre las técnicas de posicionamiento natural de sitios web.

SEO son las siglas de Search Engine Optimization (**posicionamiento en buscadores** o **posicionamiento web**) y es la técnica cuyo objetivo es mejorar la visibilidad de un sitio web en los diferentes buscadores, como Google, o Bing de manera secundaria. Este proceso se realiza de manera orgánica, es decir, sin hacer uso de una plataforma publicitaria para lograr una posición destacada.

A lo largo del curso de **posicionamiento orgánico** (SEO) podrás, a través de ejercicios prácticos y usando las herramientas utilizadas actualmente, realizar auditorías web de negocios que ya están indexadas por Google o definir una estrategia de SEO desde cero para un negocio. Aprenderás qué aspectos tiene en cuenta Google, dónde tendrás que prestar más atención o dónde mejorar la web para hacer que alcances mejor ranking en la web.



Mª Eugenia Barrera

Introducción al posicionamiento web

¿Qué es y qué influye en SEO? ¿Cómo nace? Web semántica.

El motor de búsqueda: Google

Funcionamiento Motor de búsqueda. Rastreo e indexación. Algoritmos. Penalizaciones. White Hat SEO vs. Black Hat SEO..

La importancia de las palabras clave

Genéricas y Cola Larga. Cómo hacer un Keyword Research y aplicarlo en nuestra estrategia.

Indexación en Google

Google Search Console: seguimiento del proyecto SEO.

SEO local con My Profile

Qué es. KPI's, ficha de empresa, actualizaciones.

SEO On-Page

¿Qué es y como utilizar el SEO On Page?. Title, Metadatos, Microformatos Schema. Optimización On-Page. Aspectos técnicos para mejorar el posicionamiento.

SEO Off-Page

Análisis del punto de partida. Cómo influye. Herramientas a tener en cuenta. Link Building.

I.A en Marketing Digital.

Marketing de contenido con Inteligencia Artificial. Chat GPT como herramienta de generación de contenidos.

Herramientas SEO

Herramientas de analítica SEO y de investigación de competencia digital. Trends, SERanking, Screaming Frog, Keyword Surfer.

Blogs

La importancia del contenido. El Blog como sinónimo de conversación y contenido de valor. Creación de blog en Wordpress. Pautas de estilo: escribir para SEO. Neurocopywriting y técnicas de ventas por medio del texto.. Bancos de imágenes para bloggers.



TRÁFICO ORGÁNICO

SEO

LANDING PAGE muy simples como nuestro diseño web y con palabras clave acorde a las búsquedas más usuales en este sector.

DISEÑO WEB muy sencillo y limpio, es una web con poco producto y muy personalizado.

PREVISUALIZACIÓN del resultado, así como la posibilidades de cambios en el mismo.

Mª Eugenia Barrera



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Estudiantes y profesionales cuyo objetivo es adquirir una formación de las plataformas de pago para posicionamiento web.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener unos conocimientos básicos de internet.

SEM. Marketing en buscadores

¿Quieres convertirte en un especialista en **marketing en buscadores**?

El Curso de **SEM** está dirigido a todos aquellos estudiantes y profesionales (webmasters, diseñadores web, responsables de Marketing Online y Community Managers) de Diseño Web, Publicidad y Marketing que necesitan promocionar sitios web a través de la plataforma de publicidad online más utilizada en todo el mundo: Google Ads. SEM son las siglas de **Search Engine Marketing** (marketing en buscadores).

El responsable de SEM es el encargado de invertir el presupuesto de marketing online de un empresa en plataformas publicitarias de los motores de búsqueda (como por ejemplo **Google Ads, Bing Ads, facebook Ads, Instagram Ads**) y trabaja creando y optimizando las campañas para maximizar el presupuesto y conseguir el máximo resultado. Combina estrategia y creatividad en su día a día.

En este curso de **Google Ads** aprenderás de forma práctica a crear una **estrategia de campaña** para una empresa, la creación de las campañas, su optimización y la **creación de informes** de rendimiento de una forma **100% práctica**.

En nuestro Curso de SEM te enseñaremos los conceptos fundamentales y te asesoraremos para que puedas conseguir la **Certificación Oficial** actual de **Google Ads Search**, con un porcentaje del 95% de éxito en la certificación.

[illegible]

Keywords	Promedio botequada mensual	Competitividad
Curso de cocina saludable	10-100	Alta
Curso de comida saludable	10-100	Alta
Taller de cocina saludable	10-100	Alta
Clases de cocina saludables		Alta
Cursos de cocina Madrid	1mil-10mil	Alta
Curso de cocina vegetariana	10-100	Media
Recetas de comida saludable	10-100	Media
Curso de comida vegetariana	10-100	Alta
Dietas saludables	100-1 mil	Media
Cocina vegetariana	10-100	Alta

FACEBOOK ADS												
		INTERPOLAR	CEB	GLAS	COOP-34	NOR	MOHAWK	COOPER TOTAL	CEB	MOHAWK	NOV	ADDITION
JANUARY	INTERPOLAR	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
FEBRUARY	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MARCH	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
APRIL	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
MAY	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
JUNE	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
JULY	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
AUGUST	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
SEPTEMBER	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
OCTOBER	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
NOVEMBER	INTERPOLAR	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	CEB	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	GLAS	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
DECEMBER	INTERPOLAR	0.0	0.0									

Te enseñaremos los conceptos fundamentales y te asesoraremos para que puedas conseguir la **Certificación Oficial** actual de **Google Ads Search**.



¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Estudiantes y profesionales que desean enfocar su carrera en la gestión de comunidades online.

REQUISITOS

Ser mayor de edad y tener unos conocimientos básicos de internet.

Community Manager

Nuestro Curso de **Community Manager** está dirigido a todos aquellos estudiantes y profesionales (periodistas y redactores publicitarios) de **Publicidad y Marketing** que desean enfocar su carrera en la gestión de comunidades online. El Community Manager es la persona encargada de crear, gestionar y dinamizar una comunidad de usuarios en Internet y realiza su actividad dentro de las **redes sociales: Meta, twitter, youtube, linkedin**, etc. También debe participar en foros, grupos de discusión, así como crear y administrar contenidos en blogs corporativos.

La responsabilidad del Community Manager va más allá de gestionar las redes sociales. Dentro de un **plan de comunicación**, el community manager se convierte en el embajador de la marca a través de las distintas redes, proyecta un mensaje previamente definido en la **estrategia de comunicación** y, al mismo tiempo, es la persona responsable de identificar y seguir el peso y **reputación de la marca** en internet.

Este curso sigue una **metodología 100% práctica** donde aprenderás no solamente las herramientas sino el enfoque de comunicación necesario para hacer llegar el mensaje a tu audiencia, retenerla y ampliar el alcance de la marca en su público objetivo.



Juan Aparicio



Lydia Calero



Lydia Calero

Introducción a las Redes Sociales y el Community Management

Breve historia de las redes sociales.
¿Qué es un Community manager?
Funciones del Community manager.
Perfiles en el área de Social Media.
Herramientas del CM.

La estrategia de contenidos en social media

¿Cómo diseñar una estrategia en social media? Análisis de reputación online de una marca/persona.
Claves del Social Media. Dark Social
Creación de la estrategia de contenidos en social media. Curación de contenidos/content curator.

Tendencias de contenidos

Inbound Marketing para atraer y fidelizar seguidores. Content Hubs, Storytelling, Content Experience

Herramientas para el CM:

Diseño. Branded content, investigación competencia.

Generación X, Y y Z (Millennials y Centennials)

Características clave para distinguir y detectar los distintos públicos y cómo se manejan en Redes Sociales. Cuales son las claves, códigos y lenguajes que los diferencian. Comportamiento y uso de redes.

Influencers

Cómo detectarlos, analizarlos y comportarse con ellos. Macro influencers y micro influencers.

Optimización en Redes Sociales.

¿Cómo se optimiza para los algoritmos en RRSS?

Meta

Introducción a Meta (Facebook). ¿Para qué quieren los usuarios Facebook? ¿Qué puede hacer nuestra marca en Facebook? Perfiles, páginas y grupos:
- Diseño de una Página. Ideas sobre contenido. - Marketing de contenidos en Facebook. Casos de éxito. Meta Ads. Optimización y Diseño de una campaña..

Instagram

Introducción a Instagram.
Funcionamiento de Instagram para empresas. Creación de un perfil de empresa. Anuncios en Instagram. Instagram Stories.

YouTube

Diseño del canal. ¿Qué esperan los usuarios de nosotros en Youtube? Fenómenos en YouTube. Viralización y Monitorización Youtube.

Monitorización

Monitorización en social media. Herramientas de monitorización: ¿Qué podemos medir? Engagement. Crisis de reputación online y cómo gestionarla.

Twitter

Introducción a Twitter. Twitter en España. ¿Para qué quieren los usuarios twitter? Trending Topics. Perfiles en Twitter. ¿Qué publicar en Twitter? Twitter como canal de atención al cliente. ¿Qué es un hahshtag? Monitorizar en Twitter.

Linkedin

Introducción a Linkedin. ¿Qué podemos hacer en Linkedin? Creación de marca personal. Linkedin para empresas.

TikTok

Monetización de la herramienta. Estrategias para subir contenido. Directos vs Contenidos. TikTok vs Historias de Instagram.

Twitch

Introducción y Monetización. La importancia del transmedia de contenidos en RRSS comenzando por Twitch. Chats y Directos. Tipos de canales.

Cómo ejecutar acciones de pago Instagram y Meta: la importancia de reforzar el contenido orgánico con Social Ads.

Meta Business, configuración y uso del gestor comercial. Roles y permisos, gestión de activos. Administrador de anuncios. Segmentación del público objetivo. Tipos de campañas. Formatos de anuncios. Implementación del Pixel. Creación de conversiones y audiencias personalizadas. Remarketing. Reporting..