



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

**Especialista en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social + Titulación Universitaria en Redes Sociales 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**.

## 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 Redes Sociales 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 Redes Sociales con 5 Créditos Universitarios ECTS con 125 horas. Curso puntuable como méritos para oposiciones de acceso a la función pública docente en todas las CC. AA., según R.D. 276/2007 de 23 de febrero (BOE 2/3/2007). Éste se lleva a cabo dentro del plan de formación permanente del profesorado de la Universidad Antonio de Nebrija

[Ver en la web](#)



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION





EUROINNOVA INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

**NOMBRE DEL ALUMNO/A**

con Número de Documento XXXXXXXXXX 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



L'ampareu formatiu es aplega al Departament de Recerca i Innovació Tecnològica de l'Universitat de Granada. El seu àmbit d'actuació és el de les accions de formació inicial, continuada i actualització de professionals. Els cursos formatius són organitzats i desenvolupats pel Departament de Recerca i Innovació Tecnològica de l'Universitat de Granada i s'executen a través de les centrals de recerca i d'innovació tecnològica de l'Universitat de Granada. Els cursos formatius són organitzats i desenvolupats pel Departament de Recerca i Innovació Tecnològica de l'Universitat de Granada i s'executen a través de les centrals de recerca i d'innovació tecnològica de l'Universitat de Granada. Els cursos formatius són organitzats i desenvolupats pel Departament de Recerca i Innovació Tecnològica de l'Universitat de Granada i s'executen a través de les centrals de recerca i d'innovació tecnològica de l'Universitat de Granada.

## 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. El Curso en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social y en Redes Sociales dotará al alumno de los conocimientos necesarios para poder el uso de diversas herramientas Web 2.0 y Medios Sociales para medir la audiencia.

## 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 a audiencia social en la ficción nacional.
- Hacer una medición de la audiencia social en España.
- Conocer el marco jurídico de la Audiencia Social.
- Aprender a utilizar las diferentes aplicaciones surgidas a partir de la Web 2.0.
- Aprender a darse de alta en las diferentes redes sociales y conocer las características de cada una de ellas.
- Describir las bases de la arquitectura de la participación en la Web 2.0.

Ver en la web



EUROINNOVA  
INTERNACIONAL ONLINE EDUCATION

## A quién va dirigido

---

Este Curso en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social y en Redes Sociales 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.

## Para qué te prepara

---

El presente Curso en Estrategias de Comunicación para Medios y Marcas. Audiencia Social y en Redes Sociales te ofrece las competencias necesarias para poner en práctica las diferentes estrategias de comunicación eficaces así como la utilización de las aplicaciones surgidas de la Web 2.0.

## Salidas laborales

---

Publicidad, Marketing, Medios de Comunicación, Área de comunicación institucional y corporativa, Consultoría de comunicación, Responsables de Marketing y Directivos.

[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 identificador espectador-concursante, clave de éxito en los concursos.

#### UNIDAD DIDÁCTICA 7. LA AUDIENCIA SOCIAL EN LA FICCIÓN 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. REDES SOCIALES

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERTO EN TECNOLOGÍAS DE LA WEB 2.0

1. Origen de la Web 2.0
2. Principales características de la Web 2.0
3. Aplicaciones de la Web 2.0. Principios constitutivos
4. Ventajas de la Web 2.0
5. Nuevas tendencias: la Web 3.0

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERTO EN APLICACIONES WEB 2.0

1. Introducción
2. Blogs, webs, wikis
3. Marcadores sociales
4. Aplicaciones en línea
5. Servicios de alojamiento: fotografías, vídeos y audio
6. Evolución del perfil de usuario: usuarios 2.0

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES Y WEB 2.0

1. Medios sociales
2. Redes sociales
3. Blogs
4. Microblogging
5. Wikis
6. Podcast
7. Plataformas de vídeo
8. Plataformas de fotografía

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. APLICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Historia de las redes sociales
2. Definición de las redes sociales
3. Diccionario básico de las redes sociales
4. Servicios de redes sociales
5. Importancia e impacto social de las redes sociales
6. Profesiones de las redes sociales
7. Ventajas y desventajas de las redes sociales

Ver en la web



**EUROINNOVA**  
INTERNATIONAL ONLINE EDUCATION

## UNIDAD DIDÁCTICA 5. CLASIFICACIÓN DE LAS REDES SOCIALES

1. Redes sociales generales
2. Redes sociales especializadas

## UNIDAD DIDÁCTICA 6. MOBILE SOCIAL MEDIA: LOS SMARTPHONES

1. Los smartphones
2. El potencial del móvil para las redes sociales
3. Ejemplo de aplicaciones móviles para conectarse a redes sociales
4. Del Social Media al Social Media Móvil

## UNIDAD DIDÁCTICA 7. USO RESPONSABLE DE LAS REDES SOCIALES

1. Introducción al uso responsable de las redes sociales
2. Aspectos a tener en cuenta ante una conexión en red
3. Menores e incapaces en las redes sociales

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS LEGALES EN REDES SOCIALES

1. Servicios en las Redes Sociales
2. Protección de Datos de Carácter Personal
3. Protección de la Privacidad, Honor, Intimidad y Propia Imagen
4. Protección de la Propiedad Intelectual
5. Protección de los consumidores y usuarios
6. Delitos en las redes sociales

## UNIDAD DIDÁCTICA 9. FACTORES EN SOCIAL MEDIA

1. Qué factores medir en Social Media para conocer su eficacia
2. Técnicas para Medir las Conversiones en los Social Media
3. Cómo crear un Social Media Plan para tu Negocio
4. Cómo usar el Social Media Marketing para incrementar las ventas
5. Las 5 estrategias en Social Media usadas por grandes empresas para aumentar sus ventas
6. Aprende a medir en términos cuantificables el ROI de una estrategia de Social Media
7. Aprende a medir el ROI en tus campañas de Email Marketing

## ¿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](mailto:formacion@euroinnova.com)

 [www.euroinnova.edu.es](http://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