

CURSOS DE ESPECIALIZACIÓN



TÍTULO OFICIAL

- > 600 HORAS EN TOTAL.
- > 180 HORAS DE PRÁCTICAS.
- > 1 AÑO ACADÉMICO.



REQUISITOS DE INGRESO

Los títulos que dan acceso a este Curso son los siguientes:

- > Técnico Superior en Vitivinicultura.
- > Técnico Superior en Gestión de Alojamientos Turísticos.
- > Técnico Superior en Agencias de Viajes y Gestión de Eventos.
- > Técnico Superior en Guía, Información y Asistencias Turísticas.
- > Técnico Superior en Procesos y Calidad en la Industria Alimentaria.
- > Técnico Superior en Asistencia a la Dirección.
- > Técnico Superior en Administración y Finanzas.
- > Técnico Superior en Marketing y Publicidad.
- > Técnico Superior en Transporte y Logística.
- > Técnico Superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales.
- > Técnico Superior en Comercio Internacional.
- > Técnico Superior en Estilismo y Dirección de Peluquería.
- > Técnico Superior en Producción de Audiovisuales y Espectáculos.
- > Técnico Superior en Asesoría de Imagen Personal y Corporativa.
- > Técnico Superior en Diseño y Edición de Publicaciones Impresas y Multimedia.
- > Técnico Superior en Diseño y Gestión de Producción Gráfica.

Podrías trabajar como:

Podrías desempeñar tu trabajo en el área de programación, infraestructura o consultoría.

- > Dirección de marketing digital (Digital Strategist).
- > Dirección de Marketing de crecimiento (Growth Marketing Director).
- > Dirección de comercio electrónico (e-Commerce Manager).
- > Especialista en captación y fidelización de clientes (Inbound Marketing Specialist).
- > Gestión de contenidos (Content Manager).
- > Redacción de textos publicitarios (Copywriter).
- > Gestión de redes sociales y comunidades digitales (Community Manager).

REDACCIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA MARKETING Y VENTAS



PLAN DE ESTUDIOS

Los módulos profesionales son los siguientes:

- > Estrategia de contenidos digitales. (200h)
- > Comunicación en redes sociales. (150h)
- > Redacción de contenidos digitales. (250h)

COMPETENCIAS PROFESIONALES

- > Diseñar la estrategia de contenidos digitales y redes sociales alineada con la identidad corporativa para potenciar la imagen de marca, el posicionamiento y la interacción con la audiencia.
- > Planificar el calendario editorial adaptando la selección, publicación y difusión de contenidos a cada tipo de público y a su fase en el proceso de compra.
- > Investigar al público objetivo mediante metodologías ágiles para fundamentar la redacción publicitaria en mensajes coherentes, efectivos y adaptados a su contexto.
- > Supervisar el calendario establecido, coordinando las necesidades de producción con proveedores internos y externos.
- > Presupuestar y ejecutar las acciones en redes sociales, controlando la inversión en perfiles, publicaciones e interacciones estratégicas.
- > Monitorear los KPIs de negocio (marca, marketing y ventas), activando mecanismos correctores ante cualquier desviación en los resultados de los contenidos o las redes sociales.
- > Evaluar la efectividad de los contenidos mediante herramientas de analítica específicas para garantizar su impacto en el posicionamiento orgánico (SEO), la visibilidad, la atracción y la conversión.