

**Máster en Periodismo en Entornos Digitales y Plataformas Multimedia +
Titulación universitaria**



ÍNDICE

1 | Somos Educa Business School

2 | Rankings

3 | Alianzas y acreditaciones

4 | By EDUCA EDTECH Group

5 | Metodología LXP

6 | Razones por las que elegir Educa Business School

7 | Programa Formativo

8 | Temario

9 | Contacto

SOMOS EDUCA BUSINESS SCHOOL

EDUCA Business School es una institución de formación online especializada en negocios. Como miembro de la Comisión Internacional de Educación a Distancia y con el prestigioso Certificado de Calidad AENOR (normativa ISO 9001) nuestra institución se distingue por su compromiso con la excelencia educativa.

Nuestra **oferta formativa**, además de **satisfacer las demandas del mercado laboral** actual, puede bonificarse como formación continua para el personal trabajador, así como ser homologados en Oposiciones dentro de la Administración Pública. Las titulaciones de EDUCA Business School se pueden certificar con la Apostilla de La Haya dotándolos de validez internacional en más de 160 países.

Más de

18

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

RANKINGS DE EDUCA BUSINESS SCHOOL

Educa Business School se engloba en el conjunto de EDUCA EDTECH Group, que ha sido reconocido por su trabajo en el campo de la formación online.

Todas las entidades bajo el sello EDUCA EDTECH 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. Gracias a ello ha conseguido el reconocimiento de diferentes rankings a nivel nacional e internacional.



ALIANZAS Y ACREDITACIONES



FONDO
SOCIAL
EUROPEO



BY EDUCA EDTECH

Educa Business School 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



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.

RAZONES POR LAS QUE ELEGIR EDUCA BUSINESS SCHOOL

1. FORMACIÓN ONLINE ESPECIALIZADA

Nuestros alumnos acceden a un modelo pedagógico innovador **de más de 20 años de experiencia educativa con Calidad Europea.**



2. METODOLOGÍA DE EDUCACIÓN FLEXIBLE

Con nuestra metodología estudiarán **100% online** y nuestros alumnos/as tendrán acceso los 365 días del año a la plataforma educativa.



3. CAMPUS VIRTUAL DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA



Contamos con una **plataforma avanzada** con material adaptado a la realidad empresarial, que fomenta la participación, interacción y comunicación con alumnos de distintos países.

4. DOCENTES DE PRIMER NIVEL

Nuestros docentes están acreditados y formados en **Universidades de alto prestigio en Europa**, todos en activo y con una amplia experiencia profesional.



5. TUTORÍA PERMANENTE



Contamos con un **Centro de Atención al Estudiante CAE**, que brinda atención personalizada y acompañamiento durante todo el proceso formativo.

6. DOBLE MATRICULACIÓN

Algunas de nuestras acciones formativas cuentan con la llamada **Doble matriculación**, que te permite obtener dos formaciones, ya sean de masters o curso, al precio de una.



Máster en Periodismo en Entornos Digitales y Plataformas Multimedia + Titulación universitaria



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPañAMIENTO
PERSONALIZADO**



CREDITOS
5 ECTS

Titulación

Doble Titulación: - Titulación de Máster en Periodismo en Entornos Digitales y Plataformas Multimedia con 1500 horas expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional - Titulación Universitaria en Redes Sociales con 5 Créditos Universitarios ECTS



EDUCA BUSINESS SCHOOL

como centro acreditado para la impartición de acciones formativas
expide el presente título propio

NOMBRE DEL ALUMNO/A

con número de documento XXXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Nombre del curso

con una duración de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación de Educa Business School.

Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX/XXXX/XXXX/XXXXXX.

Con una calificación XXXXXXXXXXXXXXXX.

Y para que conste expido la presente titulación en Granada, a (día) de (mes) del (año).

Firma del Alumno/a
NOMBRE ALUMNO/A

La Dirección Académica
NOMBRE DE AREA MANAGER



Con el aval de la Comisión Catalana Superior del Comercio y Servicios de la UNESCO (Plan: Proveedor 1000)



Descripción

Abordando el papel esencial de la tecnología en el periodismo moderno, nuestro Master en Ciberperiodismo y Tecnologías de la Información se posiciona como un vanguardista programa formativo. Dada la transición digital actual, ofrecemos una formación integral que amalgama el periodismo clásico con el digital, adaptándose a la nueva demanda de contenidos online y al fenómeno del ciberperiodismo. Este curso, que integra unidades didácticas desde los inicios del ciberperiodismo hasta las últimas tendencias en redes sociales y web 2.0, proporciona los conocimientos necesarios para que los profesionales puedan ejercer un periodismo ágil y adaptativo frente a los vertiginosos cambios del panorama mediático. Quienes elijan nuestro programa desarrollarán una comprensión profunda de la prensa digital, su diseño, marketing online y el aprovechamiento de herramientas digitales. Además, las sesiones sobre redacción periodística y documentación informativa digital garantizan la adquisición de habilidades críticas para la creación y gestión de contenidos de valor. Nuestros alumnos se beneficiarán de una enseñanza que valora la excelencia y la innovación, facultándolos para destacar en un mercado competitivo que requiere constante actualización y habilidades tecnológicas. Optar por nuestro Master significa elegir un compromiso con la excelencia y una apuesta por una formación que se anticipa a las necesidades futuras del sector periodístico.

Objetivos

- Dominar el panorama actual del ciberperiodismo.
- Diseñar contenidos digitales efectivos.
- Manejar las herramientas de periodismo digital.
- Aplicar técnicas de redacción periodística.
- Integrar redes sociales en la narrativa digital.
- Conocer aspectos legales del periodismo web.

- Analizar y emplear fuentes de información online.

Para qué te prepara

El Master en Ciberperiodismo y Tecnologías de la Información es ideal para periodistas, comunicadores, redactores y profesionales de medios que busquen dominar el periodismo digital, desde la innovación tecnológica hasta los géneros periodísticos modernos y el marketing online. Perfecto para quienes deseen especializarse en la documentación informativa y las dinámicas de las redes sociales en la era de la información.

A quién va dirigido

El Máster en Ciberperiodismo y Tecnologías de la Información te capacita para dominar el periodismo digital en toda su amplitud. Aprenderás sobre la evolución y conceptos del ciberperiodismo, habilidades en la creación de contenido bajo demanda y técnicas para adaptar la información al entorno online. Desarrollarás competencias en periodismo participativo y manejo de herramientas digitales, te sumergirás en el marketing periodístico y las estrategias de redes sociales, y adquirirás conocimientos clave en documentación y redacción periodística para la era digital.

Salidas laborales

El Máster en Ciberperiodismo y Tecnologías de la Información abre un abanico de oportunidades laborales. Con formación en prensa e innovación tecnológica, nuestros graduados se especializan en la creación de contenido digital, gestión de plataformas de periodismo online y movilidad en el ciberespacio. Aptos para el periodismo participativo, dominan las redes sociales y el marketing online. Surgen como expertos en documentación informativa digital, listos para liderar en la redacción y edición en medios digitales y enfrentar los retos del periodismo del futuro.

TEMARIO

PARTE 1. CIBERPERIODISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PRENSA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

1. Un mundo tecnologizado
2. Nuevos usos para una época de cambios
3. Innovar o desaparecer
4. El estilo Web llega al papel
5. Miedos y recelos a la Red
6. Sobrecarga informativa

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA CONFORMACIÓN DEL PRECIBERPERIODISMO

1. La mediamorfosis como antesala del cambio
2. Fases de la conformación
3. El impulso tecno-factual
4. El impulso tecno-económico
5. El impulso tecno-industrial
6. El impulso tecno-cibernético
7. La momentánea culminación del proceso

UNIDAD DIDÁCTICA 3. EL CONCEPTO DE CIBERPERIODISMO

1. Del 'zoon politikon' al 'zoon tecnologicom'
2. ¿Nuevo medio, nuevo nombre?
3. Cuando el apellido es URL
4. Y el término elegido es ciberperiodismo
5. Fases de conformación del fenómeno ciberperiodístico

UNIDAD DIDÁCTICA 4. DE LOS PIONEROS AL DESEMBARCO MASIVO EN LA RED

1. La generación cero
2. Un nuevo entorno
3. Los niños criados frente al televisor
4. La evolución de la prensa cibernética
5. Los pioneros en la Red
6. La prensa escrita desembarca en la Red
7. De la eclosión a la decepción

UNIDAD DIDÁCTICA 5. EL PERIÓDICO BAJO DEMANDA

1. Nuevas posibilidades de negocio emergente
2. Primeras experiencias
3. El auge del PDF como paradigma de la nueva situación
4. El proyecto PEPC

5. Otros sistemas de distribución electrónica

UNIDAD DIDÁCTICA 6. LA INFORMACIÓN ON LINE DE PAGO

1. Motivos para un paso hacia delante
2. Información de pago: una nueva opción estratégica
3. Una mano en el ratón; la otra, en el bolsillo
4. La apuesta de El Países
5. Los nuevos modelos de negocio

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CIBERPERIODISMO MÓVIL

1. El futuro llama a la puerta
2. Un nuevo modelo de comunicación para el ciberperiodismo
3. La publicidad y el pago por contenidos como soportes del ciberperiódico móvil
4. El modelo Playboy

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ELEMENTOS DEL CIBERPERIODISMO

1. Una nueva ciberestructura de la información
2. Periodismo impreso versus ciberperiodismo
3. Los elementos definitorios del ciberperiodismo
4. El diseño en la Red: aplicación práctica de la caracteriología ciberperiodística
5. El 'periódico infinito'
6. Mi diario, nuestro diario

UNIDAD DIDÁCTICA 9. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL CIBERPERIÓDICO

1. Múltiples visiones para un único fenómeno
2. Ventajas del ciberperiódico
3. Algunos inconvenientes del periódico cibernético
4. Facilitar la lectura, objetivo básico

UNIDAD DIDÁCTICA 10. EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN ANTE LAS EXPERIENCIAS PIONERAS DEL CIBERPERIODISMO

1. Un nuevo entorno, muy distintas situaciones
2. El caso de Estados Unidos
3. La realidad europea
4. Experiencias ciberperiodísticas en España
5. Lectores de papel y lectores digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 11. EXIGENCIAS PROFESIONALES Y DE FORMACIÓN DEL NUEVO CIBERPERIODISTA

1. Nuevos requerimientos para un nuevo periodista
2. Los megas en el cerebro
3. La interactividad cambia las formas de trabajo
4. Periodistas en la Red
5. Periodista multimedia o periodista multiuso

6. El proyecto Newsplex
7. Nuevos criterios formativos

UNIDAD DIDÁCTICA 12. CIBERCONTENIDOS Y CIBERFUENTES DE LA INFORMACIÓN

1. Un ingente almacén de información que fomenta un nuevo uso de la información
2. Nuevos contenidos, nuevos ciberestilos
3. Del relato al ciberrelato periodístico
4. Ciberfuentes primarias y secundarias
5. El Internet Datacenter como elemento de enlace entre cibercontenidos y ciberfuentes

UNIDAD DIDÁCTICA 13. LA RED COMO INSTRUMENTO DE MARKETING PERIODÍSTICO

1. A la búsqueda de nuevas generaciones de lectores
2. El rejuvenecimiento de las audiencias
3. Fast Press
4. La infografía como fenómeno técnico y mercadotécnico
5. Apocalípticos e integrados
6. Internet Advertising: más que un juego de palabras

UNIDAD DIDÁCTICA 14. PERIODISMO PARTICIPATIVO: LOS NUEVOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1. Las mensajerías rosas como antecedente significativo
2. El foro cibernético: adaptación a las nuevas necesidades de comunicación
3. Tipología y características del foro
4. Narrativa digital y lenguaje cotidiano
5. Los weblogs se abren camino
6. El caso particular de los confidentiales

PARTE 2. PERIODISMO DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL PERIODISMO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES: DIGITALIZACIÓN DE LOS MASS MEDIA

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONSTRUCCIÓN PERIODÍSTICA DE LA REALIDAD EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LAS FUENTES DE INFORMACIÓN EN INTERNET: CREDIBILIDAD Y VERACIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 5. REDACCIÓN PERIODÍSTICA Y SEO EN PRENSA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN DE CONTENIDOS COMO TRABAJO PERIODÍSTICO

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PERIODISMO Y PODCASTING

UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMUNICACIÓN Y RETRANSMISIÓN DE EVENTOS ON-LINE

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GABINETE DE PRENSA EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PERIODISMO Y REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 11. FOTOPERIODISMO EN LA ERA DIGITAL

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PROPIEDAD INTELECTUAL Y DERECHOS DE IMAGEN EN PERIODISMO DIGITAL

PARTE 3. DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA EN EL PERIODISMO DIGITAL

MÓDULO 1. EL NUEVO ESCENARIO COMUNICATIVO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL NUEVO ESCENARIO COMUNICATIVO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Introducción
2. El nuevo contexto: la sociedad de la información
3. La nueva herramienta: la red Internet
4. El nuevo medio: el periodismo digital
5. El nuevo profesional: el periodista digital

UNIDAD DIDÁCTICA 2. NUEVAS SINERGIAS ENTRE LA REDACCIÓN Y LA DOCUMENTACIÓN

1. Introducción
2. Sinergias entre la redacción y el servicio de documentación digital
3. Sinergias entre el periodista y el documentalista digital
4. Sinergias entre la información periodística y la documentación
5. digital

MÓDULO 2. LA DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA EN LOS MEDIOS DIGITALES

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ANÁLISIS DEL MEDIO: EL SERVICIO DE DOCUMENTACIÓN DIGITAL

1. Introducción
2. Ambiente-entorno
3. Entrada
4. Análisis documental
5. Recuperación
6. Elaboración documental-informativa
7. Coordinación

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ANÁLISIS DEL EMISOR: EL DOCUMENTALISTA DIGITAL

1. Introducción
2. Perfil del documentalista digital
3. Base documental
4. Lateral periodístico
5. Documentación informativa en el periodismo digital
6. Lateral tecnológico
7. Experto en el manejo de herramientas informáticas

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DEL MENSAJE: LA DOCUMENTACIÓN INFORMATIVA DIGITAL

1. Introducción

2. Preanálisis
3. Aprovechamiento del material

PARTE 4. REDACCIÓN PERIODÍSTICA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PANORAMA DE UNA REVOLUCIÓN EN CURSO

1. Una propuesta de síntesis
2. Géneros, revolución digital y crisis de identidad en el periodismo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GÉNERO, ESTILO Y FORMATO

1. La redacción periodística
2. El lenguaje periodístico general
3. Situación comunicativa y géneros periodísticos
4. Un estilo para cada género (y para cada subgénero)
5. Medios y formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. LOS GÉNEROS INFORMATIVOS CLÁSICOS

1. Aproximación teórica
2. Las agencias de prensa
3. La vieja noticia impresa

UNIDAD DIDÁCTICA 4. LA INFORMACIÓN AUDIOVISUAL

1. El relato informativo sonoro: una escritura en el aire y en el tiempo
2. Periodismo escrito con imágenes
3. La revolución de internet y la nueva escritura

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INFORMACIÓN CON UNA DOSIS DE SUBJETIVIDAD

1. La crónica: una visión personal de los hechos
2. El reportaje objetivo y el periodismo en profundidad
3. La entrevista: un género tradicional y camaleónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORMACIÓN, INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

1. Los falsos análisis
2. El análisis clásico
3. La interpretación en los medios audiovisuales
4. La crónica de experto
5. Entrevista e interpretación
6. El reportaje interpretativo
7. Redacción periodística Medios, géneros y formatos

UNIDAD DIDÁCTICA 7. EL COMENTARIO Y LOS TEXTOS DE OPINIÓN

1. La crítica
2. El editorial

3. Otros textos editorializantes
4. La tribuna: la firma de la página abierta
5. La tertulia radiofónica y el debate televisivo
6. La columna: un espacio que admite la exaltación del yo
7. Blogs, foros y otros géneros digitales

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TALLER DE PERIODISMO PRÁCTICO: EJERCICIOS DE ESTILO

1. Textos para contar y explicar
2. Textos para opinar y entretener

PARTE 5. REDES SOCIALES EN PERIODISMO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Concepto y evolución del Social Media
2. Tipos de redes sociales
3. La importancia actual del social media
4. Prosumer
5. Contenido de valor
6. Marketing viral
7. La figura del Community Manager
8. Social Media Plan
9. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights
10. Centro de cuentas, Facebook Business Suite, Facebook Business Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas
9. Actualizaciones de Instagram

10. Funcionalidades de la versión de pago

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE X CORP

1. Introducción a X Corp
2. Elementos básicos de X Corp
3. X Corp para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de X Corp
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. X Corp. Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Funcionalidades de la versión premium

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1. Introducción a Twitch
2. El éxito de Twitch
3. Generar suscriptores en Twitch
4. Contenidos y recomendaciones
5. Twitch e influencers
6. Streamlabs
7. Publicidad en Twitch
8. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en Tik Tok
3. Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
4. El papel del marketing en Tiktok
5. Tiktok e influencers
6. Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Pixel de Facebook
10. Cómo gestionar publicidad de Instagram desde el administrador de anuncios de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- X CORP. ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en X Corp
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. X Corp. Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios
3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords

5. Creación de anuncios desde Youtube

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TIKTOK ADS

1. Introducción a TikTok Ads Manager
2. Creación de una campaña de publicidad en TikTok
3. Tipos de contenidos y herramientas clave
4. Seguimiento y monitorización de los resultados

