



# Masters de Formación Permanente

Master en Community Management y Redes Sociales + 60 Créditos

ECTS



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

INESEM BUSINESS SCHOOL

# Índice

Master en Community Management y Redes Sociales + 60 Créditos ECTS

1. Sobre INESEM
2. Master en Community Management y Redes Sociales + 60 Créditos ECTS

[Descripción](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) /

[Objetivos](#)

3. Programa académico
4. Metodología de Enseñanza
5. ¿Por qué elegir INESEM?
6. Orientación
7. Financiación y Becas

# SOBRE INESEM BUSINESS SCHOOL



INESEM Business School como Escuela de Negocios Online tiene por objetivo desde su nacimiento trabajar para fomentar y contribuir al desarrollo profesional y personal de sus alumnos. Promovemos ***una enseñanza multidisciplinar e integrada***, mediante la aplicación de ***metodologías innovadoras de aprendizaje*** que faciliten la interiorización de conocimientos para una aplicación práctica orientada al cumplimiento de los objetivos de nuestros itinerarios formativos.

En definitiva, en INESEM queremos ser el lugar donde te gustaría desarrollar y mejorar tu carrera profesional. ***Porque sabemos que la clave del éxito en el mercado es la "Formación Práctica" que permita superar los retos que deben de afrontar los profesionales del futuro.***



## Master en Community Management y Redes Sociales + 60 Créditos ECTS



DURACIÓN	12 Meses
PRECIO	2195 €
CRÉDITOS ECTS	60
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

## Titulación Masters de Formación Permanente

- Titulación Universitaria de Máster de Formación Permanente en Community Management y Redes Sociales con 1500 horas y 60 créditos ECTS por la Universidad Católica de Murcia

# Resumen

Tener éxito en el canal online pasa necesariamente por trabajar de forma estratégica nuestra presencia y acciones en las redes sociales. Para lograrlo, el profesional encargado requerirá de un profundo conocimiento sobre estas plataformas, así como del nuevo perfil de consumidor, que utilizará los medios sociales no solo para relacionarse con otros usuarios y con las marcas, sino como medio a través del cual realizar compras online. Por esta razón, además de trabajar la presencia en redes sociales, se deberán poseer competencias digitales y habilidades técnicas que ayuden a la planificación, diseño, ejecución y seguimiento de la estrategia de marketing online en las plataformas sociales. De esta forma, la empresa además de mejorar la relación con sus potenciales clientes verá optimizada su estrategia de ventas.

## A quién va dirigido

Esta formación está diseñada para aquellos profesionales del marketing digital que desean obtener una alta especialización teórica- práctica en la gestión estratégica de las redes sociales de la empresa. Tras finalizar la formación, el alumnado adquirirá todos los conocimientos y destrezas necesarias para elaborar la estrategia de marketing online e implementarla en los medios sociales. Del mismo modo, este curso se dirige a todos aquellos estudiantes y titulados universitarios que deseen especializarse en el canal online, y más concretamente, en el área de Community Management.

# Objetivos

Con el Masters de Formación Permanente **Master en Community Management y Redes Sociales + 60 Créditos ECTS** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Analizar los componentes del marketing digital.
- Definir y ejecutar la estrategia social media.
- Utilizar los medios sociales como canales para mejorar la atención al cliente.
- Aplicar el inbound marketing para derivar clientes desde las redes sociales al sitio web y optimizar las ventas online.
- Aplicar técnicas de escritura persuasiva o copywriting.
- Mejorar el posicionamiento del sitio web en buscadores mediante técnicas de SEO On
- Page y SEO Off
- Page.
- Crear y optimizar campañas de email marketing con Mailchimp.
- Analizar el contexto jurídico aplicable al marketing digital y el social media.





¿Y, después?

### Para qué te prepara

El Master en Community Management y Estrategias Digitales te preparará para diseñar e implementar la estrategia de social media en cualquier negocio. Tras finalizar la formación, serás capaz de aplicar estrategias en redes sociales para mejorar la comunicación de la empresa, potenciar el branding, establecer relaciones duraderas con los clientes, dinamizar la comunicad y promocionar los productos y servicios, mejorar su reputación y potenciar las ventas online. Gracias a al conocimiento profundo del social media, y las diferentes estrategias de marketing digital, lograrás aplicar una estrategia exitosa en medios sociales que permita a la empresa mejorar su...

### Salidas Laborales

El Master en Community Management y Estrategias Digitales de INESEM te capacita para trabajar en el ámbito del Marketing Digital, y más concretamente, en el área de social media de cualquier negocio online u offline. Gracias a la presente formación, alcanzarás todos los conocimientos para posicionarte como experto en la materia, y ser capaz de diseñar y liderar de forma global e integral toda la estrategia en los medios sociales de la empresa. La formación en este Máster te formará para trabajar como Director de Marketing Online, Experto en Social Media, Experto en Marketing Relacional y Atención al Cliente, Director de Contenidos Digitales o Experto en Comunicación Online.

# ¿Por qué elegir INESEM?



# PROGRAMA ACADÉMICO

Master en Community Management y Redes Sociales + 60 Créditos ECTS

Módulo 1. **Componentes del marketing digital**

Módulo 2. **Social media management**

Módulo 3. **Atención al cliente en social media**

Módulo 4. **Estrategia de inbound marketing**

Módulo 5. **Aplicación del copywriting**

Módulo 6. **Introducción al marketing de buscadores**

Módulo 7. **Seo onpage y seo offpage**

Módulo 8. **Email marketing: creación de campañas con mailchimp**

Módulo 9. **Régimen jurídico del marketing digital**

Módulo 10. **Proyecto final de máster**

### Módulo 1. Componentes del marketing digital

#### Unidad didáctica 1. El marketing mix en las empresas digitales

---

1. Producto
2. Precio
3. Distribución
4. Comunicación

#### Unidad didáctica 2. Comportamiento de los usuarios de internet

---

1. El comportamiento de navegación y compra del internauta
2. La respuesta del internauta a los estímulos de marketing
3. Construir una estrategia adaptada al comportamiento del internauta
4. Variables que inciden en el comportamiento del internauta

#### Unidad didáctica 3. Branding y posicionamiento en internet

---

1. Estrategia en la economía digital
2. Digital Branding Management
3. Digital Customer Experience
4. Promoción web
5. Mobile Marketing y Nuevas tendencias

#### Unidad didáctica 4. El plan de marketing digital

---

1. El plan de marketing digital
2. Análisis de la competencia
3. Análisis de la demanda
4. DAFO, la situación actual
5. Objetivos y estrategia del plan de marketing digital
6. Estrategias básicas: segmentación, posicionamiento, competitiva y de crecimiento
7. Posicionamiento e imagen de marca
8. Captación y fidelización de usuarios
9. Integración del plan de marketing digital en la estrategia de marketing de la empresa

# Módulo 2.

## Social media management

### 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. 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 TikTok
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

# Módulo 3.

## Atención al cliente en social media

### Unidad didáctica 1.

#### Social crm

---

1. Introducción
2. Marketing relacional
3. Experiencia del usuario
4. Herramientas de Social CRM

### Unidad didáctica 2.

#### Atención al cliente en facebook

---

1. Introducción
2. Escucha activa
3. Uso de chatbots en Facebook Messenger
4. Información de la Fanpage
5. Gestión de Comentarios
6. Reseñas o valoraciones

### Unidad didáctica 3.

#### Atención al cliente en twitter

---

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Agregar un botón de mensaje
4. Configurar mensajes de bienvenida
5. Deep Links
6. Monitorización
7. Gestión de comentarios
8. Gestionar crisis de reputación en Twitter

### Unidad didáctica 4.

#### Atención al cliente en instagram

---

1. Introducción
2. Información básica del perfil
3. Instagram Direct
4. Gestión de comentarios
5. Herramientas de Análisis y monitorización

### Unidad didáctica 5.

#### Gestión de la atención al cliente en social media

---

1. Definir la estrategia
2. Cuentas específicas
3. Identificación del equipo
4. Definir el tono de la comunicación
5. Protocolo de resolución de problemas
6. Manual de Preguntas Frecuentes (FAQ)
7. Monitorización
8. Gestión, seguimiento y fidelización
9. Medición de la gestión de atención al cliente

# Módulo 4.

## Estrategia de inbound marketing

### Unidad didáctica 1.

#### Introducción al inbound marketing

---

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online
6. Importancia del funnel o embudo de conversión

### Unidad didáctica 2.

#### Fase de atracción

---

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Los blogs Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

### Unidad didáctica 3.

#### Fase de conversión

---

1. Introducción
2. Formularios
3. Call to action
4. Landing Pages
5. Pruebas A/B
6. Optimización de la tasa de conversión (CRO)

### Unidad didáctica 4.

#### Fase de cierre

---

1. Introducción
2. Marketing Relacional
3. Gestión de relaciones con los clientes CRM
4. Email marketing

### Unidad didáctica 5.

#### Fase de deleite

---

1. Introducción
2. Encuestas
3. Contenido inteligente
4. Monitorización Social

# Módulo 5.

## Aplicación del copywriting

### Unidad didáctica 1.

#### 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 2.

#### Copywriting para e-commerce

---

1. Introducción
2. La Homepage
3. Los menús
4. Fichas de producto
5. Descripción de los servicios
6. Página ¿quiénes somos?
7. Página de contacto
8. Página preguntas frecuentes
9. Carrito de la compra, checkout y agradecimiento
10. Envío de emails

### Unidad didáctica 3.

#### Copywriting para personal branding

---

1. Introducción
2. Definir tu marca y el estilo
3. Identificar y definir tu público objetivo o audiencia
4. Creación de lista de contactos
5. Páginas personal corporativa
6. Blog personal
7. Uso de las redes sociales
8. Plan de Comunicación

## Módulo 6. Introducción al marketing de buscadores

### Unidad didáctica 1. Introducción al seo

---

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en google
5. Estrategia SEO

### Unidad didáctica 2. Introducción al sem

---

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con google ADS
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

### Unidad didáctica 3. Content management system

---

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. WordPress y woocommerce
4. Prestashop y magento

### Unidad didáctica 4. Google analytics 4

---

1. ¿Qué es Google Analytics 4?
2. Diferencias con respecto a Universal Analytics
3. Implementación de Google Analytics 4
4. Las herramientas de análisis de Google Analytics 4
5. Los espacios de identidad
6. Ventajas de Google Analytics 4
7. Desventajas de Google Analytics 4

## Módulo 7. Seo onpage y seo offpage

### Unidad didáctica 1. Arquitectura del sitio web

---

1. Estructura de una web
2. Análisis de metadatos
3. Elementos html
4. Hoja de estilo CSS
5. SEO en HTML

### Unidad didáctica 2. Fijando objetivos seo

---

1. Introducción
2. Información útil, información fresca
3. Flash, el problema del invisible
4. Densidad de palabra clave
5. Long Tail, la larga cola de palabra clave
6. Marketing en internet: captando visitas

### Unidad didáctica 3. Usabilidad

---

1. Introducción
2. Experiencia de usuario -UX
3. Diseño centrado en el usuario
4. Prototipado y diseño de interacción
5. Evaluación de Usabilidad

### Unidad didáctica 4. Algoritmo de google

---

1. Funcionamiento del algoritmo de Google
2. Actualizaciones más relevantes
3. Posibles penalizaciones
4. Recomendaciones y buenas prácticas

## Unidad didáctica 5.

### Análisis de los metadatos

---

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta Keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet
7. etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

## Unidad didáctica 6.

### Herramientas y plugins

---

1. Herramientas para la optimización del SEO on Page
2. Qué es un plugin
3. Plugins para la optimización del SEO on Page

## Unidad didáctica 7.

### Importancia de los enlaces en seo

---

1. Cómo es un enlace entrante
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Análisis de enlaces
4. Otras consideraciones

## Unidad didáctica 8.

### Linkbuilding

---

1. Introducción al linkbuilding
2. Consideraciones importantes sobre linkbuilding
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding natural

## Unidad didáctica 9.

### Linkbaiting

---

1. Introducción al linkbaiting
2. Marketing de Contenidos
3. Storytelling
4. Marketing viral

## Unidad didáctica 10.

### Seo especializado

---

1. SEO local
2. Search y social media
3. SEO mobile
4. SEO internacional
5. Auditoría SEO

## Unidad didáctica 11.

### Auditoría seo paso a paso

---

1. Consideraciones previas y herramientas clave
2. Estudio inicial
3. Auditoría SEO on Page
4. Auditoría SEO off Page
5. Informe de seguimiento

## Unidad didáctica 12.

### Seo para blogs y wordpress

---

1. Blogs
2. Cómo hacer un blog en Wordpress
3. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

## Módulo 8.

### Email marketing: creación de campañas con mailchimp

#### Unidad didáctica 1.

##### Introducción a mailchimp

---

1. Introducción
2. Registro y configuración inicial
3. Crear listas de suscriptores
4. Personalizar formularios de contacto
5. Organizar grupos y segmentos

#### Unidad didáctica 2.

##### Creación de campañas

---

1. Templates
2. Tipos de campañas
3. Estructura email
4. Call to action
5. Revisión de campañas
6. Envío y programación de campañas
7. Página de aterrizaje

#### Unidad didáctica 3.

##### Seguimiento y medición de campañas

---

1. Panel de métricas
2. Informes de campaña
3. Análisis de los resultados
4. Integración de Mailchimp y Google Analytics

#### Unidad didáctica 4.

##### Conceptos avanzados

---

1. Etiquetas merge y condicionales
2. Automatizaciones
3. Ajustes avanzados
4. Crear newsletter con Mailpoet
5. Integración con WooCommerce

## Módulo 9.

### Régimen jurídico del marketing digital

#### Unidad didáctica 1.

##### El sistema de fuentes en marketing digital

---

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital

#### Unidad didáctica 2.

##### Comunicaciones comerciales electrónicas

---

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. Requisitos de información para los consumidores
3. Seguridad de la información y las comunicaciones electrónicas
4. Responsabilidad de las comunicaciones electrónicas

#### Unidad didáctica 3.

##### Privacidad y seguridad de la información

---

1. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
2. Bases de datos: cloud computing
3. Direcciones de correo electrónico
4. El uso de Cookies-

#### Unidad didáctica 4.

##### Propiedad intelectual e industrial aplicada al marketing digital

---

1. Propiedad intelectual y marketing digital
2. Propiedad industrial y marketing digital
3. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes

## Unidad didáctica 5.

### Ley de servicios de sociedad de la información y comercio electrónico

---

1. Objeto de la LSSI-CE y ámbito de aplicación
2. Obligaciones y régimen de responsabilidad
3. Infracciones y sanciones

## Unidad didáctica 6.

### Marketing y web 3.0

---

1. Acciones de marketing en la web 3.0
2. Publicidad en entornos 3.0
3. Concursos y sorteos online

## Unidad didáctica 7.

### La reputación online

---

1. Gestión de la Reputación Online
2. Riesgos de la reputación online. El efecto Streisand
3. Marco legal de la reputación online

# metodología de aprendizaje

La configuración del modelo pedagógico por el que apuesta INESEM, requiere del uso de herramientas que favorezcan la colaboración y divulgación de ideas, opiniones y la creación de redes de conocimiento más colaborativo y social donde los alumnos complementan la formación recibida a través de los canales formales establecidos.



Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno comienza su andadura en INESEM Business School a través de un campus virtual diseñado exclusivamente para desarrollar el itinerario formativo con el objetivo de mejorar su perfil profesional. El alumno debe avanzar de manera autónoma a lo largo de las diferentes unidades didácticas así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes.

El equipo docente y un tutor especializado harán un *seguimiento exhaustivo*, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

Nuestro sistema de aprendizaje se fundamenta en *cinco pilares* que facilitan el estudio y el desarrollo de competencias y aptitudes de nuestros alumnos a través de los siguientes entornos:

## Secretaría

Sistema que comunica al alumno directamente con nuestro asistente virtual permitiendo realizar un seguimiento personal de todos sus trámites administrativos.

## Campus Virtual

Entorno Personal de Aprendizaje que permite gestionar al alumno su itinerario formativo, accediendo a multitud de recursos complementarios que enriquecen el proceso formativo así como la interiorización de conocimientos gracias a una formación práctica, social y colaborativa.

## Revista Digital

Espacio de actualidad donde encontrar publicaciones relacionadas con su área de formación. Un excelente grupo de colaboradores y redactores, tanto internos como externos, que aportan una dosis de su conocimiento y experiencia a esta red colaborativa de información.

## Webinars

Píldoras formativas mediante el formato audiovisual para complementar los itinerarios formativos y una práctica que acerca a nuestros alumnos a la realidad empresarial.

## Comunidad

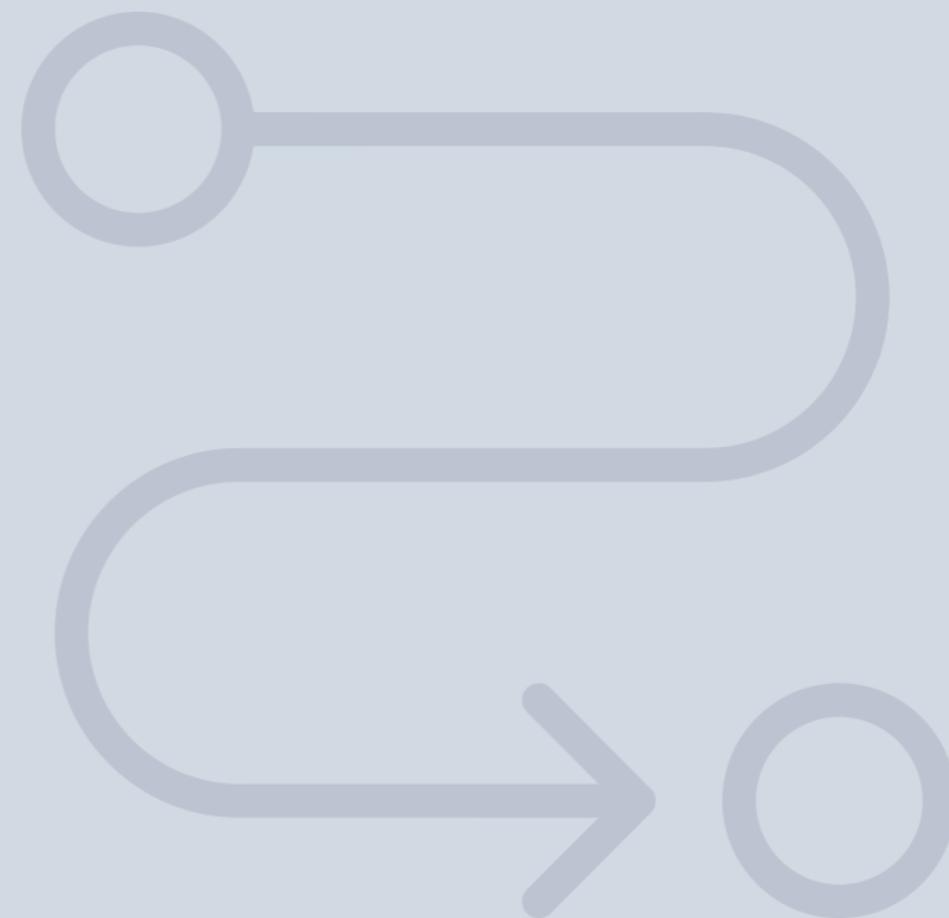
Espacio de encuentro que permite el contacto de alumnos del mismo campo para la creación de vínculos profesionales. Un punto de intercambio de información, sugerencias y experiencias de miles de usuarios.





## SERVICIO DE **Orientación** de Carrera

Nuestro objetivo es el asesoramiento para el desarrollo de tu carrera profesional. Pretendemos capacitar a nuestros alumnos para su adecuada adaptación al mercado de trabajo facilitándole su integración en el mismo. Somos el aliado ideal para tu crecimiento profesional, aportando las capacidades necesarias con las que afrontar los desafíos que se presenten en tu vida laboral y alcanzar el éxito profesional. Gracias a nuestro Departamento de Orientación de Carrera se gestionan más de 500 convenios con empresas, lo que nos permite contar con una plataforma propia de empleo que avala la continuidad de la formación y donde cada día surgen nuevas oportunidades de empleo. Nuestra bolsa de empleo te abre las puertas hacia tu futuro laboral.



# Financiación y becas

En INESEM

Ofrecemos a nuestros alumnos facilidades económicas y financieras para la realización del pago de matrículas,

todo ello  
**100%**  
sin intereses.

INESEM continúa ampliando su programa de becas para acercar y posibilitar el aprendizaje continuo al máximo número de personas. Con el fin de adaptarnos a las necesidades de todos los perfiles que componen nuestro alumnado.



20%	<b>Beca desempleo</b>	Para los que atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento idóneo para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.
15%	<b>Beca emprende</b>	Nuestra apuesta por el fomento del emprendimiento y capacitación de los profesionales que se han aventurado en su propia iniciativa empresarial.
10%	<b>Beca alumnos</b>	Como premio a la fidelidad y confianza de los alumnos en el método INESEM, ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.

# Masters de Formación Permanente

Master en Community Management y Redes Sociales +  
60 Créditos ECTS

*Impulsamos tu carrera profesional*



**INESEM**  
BUSINESS SCHOOL

[www.inesem.es](http://www.inesem.es)



958 05 02 05 [formacion@inesem.es](mailto:formacion@inesem.es)

Gestionamos acuerdos con más de 2000 empresas y tramitamos más de 500 ofertas profesionales al año.  
Facilitamos la incorporación y el desarrollo de los alumnos en el mercado laboral a lo largo de toda su carrera profesional.