



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

***Curso Superior en Social Selling + 5 Créditos ECTS***

**+ Información Gratis**

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# Curso Superior en Social Selling + 5 Créditos ECTS

**duración total:** 200 horas

**horas teleformación:** 100 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## descripción

En la actualidad existen numerosos medios digitales y redes sociales que favorecen el alcance de un gran número potencial de clientes y una relación más constante y cercana con estos. Las empresas encuentran grandes oportunidades en el entorno digital, y son cada vez más las que cambian el modelo de ventas tradicional por el nuevo modelo de ventas basado en Social Selling. La prospección de clientes en las redes sociales es posible, y en este curso ofrecemos las claves, habilidades y herramientas para captar y convertir estos de cara a incrementar las ventas. INESEM ofrece un curso aplicado y actualizado, junto al asesoramiento personalizado de un equipo docente especializado y comprometido con el alumno.



## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Identificar al cliente digital y reconocer su recorrido de compra
- Conocer los principales canales y herramientas a través de las cuales aplicar Social Selling
- Optimizar las redes sociales y desarrollar estrategias de cara a generar ventas a través de estas
- Aplicar las mejores técnicas para construir relaciones eficaces que fidelicen al cliente

## *para qué te prepara*

Este curso online en Social Selling te prepara de una manera especial para conocer mejor al cliente digital y el entorno online de cara a aprovechar nuevas oportunidades de negocio. Gracias al conocimiento de las redes sociales y otras herramientas de gestión, con este curso conseguirás desarrollar relaciones más estrechas clientes potenciales que generen ventas. Conseguirás un dominio de las redes sociales de cara a alcanzar numerosos usuarios.

## *salidas laborales*

Gracias a este curso tendrás la oportunidad de convertirte en un social media manager, community manager o responsable de marketing / comercial capaz de optimizar las ventas a través de los medios sociales en internet. Tendrás además la oportunidad de emprender tu propio negocio digital e impulsarlo a través de las redes sociales generando nuevos clientes de una forma exitosa.

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

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

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A



## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro 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.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'Introducción al Marketing de Buscadores y Estrategias de Inbound Marketing'
- Manual teórico 'Introducción al Social Selling'
- Manual teórico 'Community Manager'



## profesorado y servicio de tutorías

Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



## *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

## *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseem ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

## *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

## *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

## *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

**programa formativo**

## **MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL SOCIAL SELLING**

### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. ECOSISTEMA 2.0 Y SOCIAL MEDIA**

1. Definición de la Web 2.0
2. Tipos de redes sociales
3. Importancia actual del social media
4. El prosumer
5. Marketing viral

### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIAL MEDIA PLAN**

1. Elección de canales
2. Planificación de la estrategia
3. El contenido es el rey
4. Social Media Engagement
5. ORM: Online Reputation Management

### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. SOCIAL MEDIA STRATEGY**

1. ¿Qué es un Community Manager?
2. Tareas y funciones del Community Manager
3. Metas del Community Manager
4. Habilidades y aptitudes en la gestión de redes sociales
5. Casos de éxito en gestión de redes sociales

### **UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL CLIENTE DIGITAL**

1. Cliente Digital
2. Marketing Digital, Reputación y Marca
3. Desarrollo de Clientes en la nueva era digital
4. Metodologías BB
5. Habilidades de Comunicación
6. Social Media Strategy
7. Mobile Business
8. Comercio Electrónico
9. Posicionamiento en Internet

### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. CUSTOMER JOURNEY Y BUYER PERSONA**

1. Introducción al customer journey
2. Fases de la experiencia de cliente
3. Propuestas de mejora
4. Herramientas para crear un Customer Journey
5. Tendencias
6. Introducción al buyer persona
7. Cómo crear tu Buyer Persona
8. Herramientas

### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. ATENCIÓN AL CLIENTE EN SOCIAL MEDIA**

1. Social Listening
2. Uso de chatbots en Facebook Messenger
3. Instagram Direct y gestión de comentarios
4. Twitter como canal de atención al cliente

### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. ECOMMERCE Y MEDIOS DE PAGO DIGITALES**

1. Concepto
2. Modelos de negocio en la red
3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional
4. Tipos de comercio electrónico



- 5.Relación con el cliente-proveedor
- 6.El proceso de compra
- 7.Comercio electrónico según el medio utilizado
- 8.Introducción a los medios de pago
- 9.Datos
- 10.Agentes
- 11.Sistemas de pago

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. NEUROMARKETING MIX Y NEUROVENTAS**

- 1.Las Ps en el neuromarketing
- 2.Fundamentos y metodología de la neuroventa
- 3.La neurocomunicación en la venta
- 4.Estrategias producto servicio
- 5.Packaging y neuromarketing
- 6.Factor precio en neuromarketing

## **MÓDULO 2. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES Y ESTRATEGIAS DE INBOUND MARKETING**

#### **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. INBOUD MARKETING: CONCEPTOS CLAVES**

- 1.¿Qué es el Inbound Marketing?
- 2.Marketing de Contenidos
- 3.Marketing viral
- 4.Video Marketing
- 5.Reputación online

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE ATRACCIÓN**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE CONVERSIÓN**

- 1.Formularios
- 2.Call to action
- 3.Landing Pages

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. FASE DE CIERRE**

+ Información Gratis

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. FASE DE DELEITE**

- 1.Encuestas
- 2.Contenido inteligente
- 3.Monitorización Social

### **MÓDULO 3. COMMUNITY MANAGER**

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 2. SOCIAL CRM Y ATENCIÓN AL CLIENTE**

- 1.Introducción
- 2.Marketing relacional
- 3.Experiencia del usuario
- 4.Herramientas de Social CRM
- 5.Atención al Cliente en Facebook
- 6.Atención al Cliente en Twitter
- 7.Atención al Cliente en Instagram

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 3. 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 4. BLOGGING, SEO Y ANALÍTICA**

- 1.Sistema de Gestión de contenidos CSM
- 2.Blogs y Wordpress
- 3.Posicionamiento SEO
- 4.Contenido inteligente
- 5.Monitorización Social

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 5. 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 6. 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITTER**

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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 8. 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 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

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS**

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

#### **UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS**

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización

- 6. Twitter Cards
- 7. Instalación código de seguimiento
- 8. Listas de remarketing

#### **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