

Máster en Estrategias de Social Selling y Redes Sociales



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 Estrategias de Social Selling y Redes Sociales



DURACIÓN
1500 horas



**MODALIDAD
ONLINE**



**ACOMPAÑAMIENTO
PERSONALIZADO**

Titulación

Titulación de Máster en Estrategias de Social Selling y Redes Sociales 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



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 Examen Convulsivo, Categoría Profesional del Consejo Profesional de la Enseñanza Superior, Resolución 6046.

Descripción

El Máster en Estrategias de Social Selling y Redes Sociales es tu pasaporte hacia el mundo dinámico y en constante evolución del marketing digital. Actualmente, la presencia en redes es vital para cualquier empresa que desee prosperar en un mercado cada vez más competitivo. Este máster te capacita para dominar el ecosistema 2.0, desde la creación de un Social Media Plan hasta la gestión de plataformas como Facebook, Instagram o LinkedIn. Aprenderás a comprender al cliente digital, diseñar estrategias de contenido efectivas y aplicar técnicas de neuromarketing para mejorar las ventas. La demanda de expertos en social media está en auge, y este máster te posiciona como un profesional altamente cualificado. Con un enfoque integral que abarca desde el copywriting hasta el marketing de influencia, adquirirás las habilidades necesarias para destacar en el ámbito del social selling. Además, al ser online, podrás compaginar fácilmente tus estudios con otras responsabilidades, permitiéndote aprender a tu ritmo y desde cualquier lugar.

Objetivos

'- Desarrollar estrategias efectivas de social selling orientadas al cliente digital. - Diseñar un Social Media Plan adaptado a las últimas tendencias del ecosistema 2.0. - Implementar técnicas de neuromarketing para optimizar las interacciones digitales. - Gestionar campañas publicitarias eficaces en plataformas como Facebook e Instagram. - Crear contenido SEO amigable que potencie la visibilidad y el engagement. - Elaborar estrategias de content marketing para mejorar el customer journey. - Medir y analizar KPIs para evaluar el éxito de estrategias en social media.

Para qué te prepara

El Máster en Estrategias de Social Selling y Redes Sociales está dirigido a profesionales y titulados del marketing digital, comunicación y ventas que buscan profundizar en el ecosistema 2.0, desarrollando habilidades en social media management, marketing de contenidos, copywriting y la gestión de comunidades online, con un enfoque en la atención al cliente y el marketing de afiliación.

A quién va dirigido

El Máster en Estrategias de Social Selling y Redes Sociales te prepara para diseñar e implementar estrategias efectivas en el entorno digital. Aprenderás a crear planes de social media, gestionar comunidades online y optimizar la atención al cliente en plataformas como Instagram o LinkedIn. Además, desarrollarás habilidades en copywriting y marketing de contenidos, comprendiendo el ecosistema 2.0 y el comportamiento del cliente digital. Al finalizar, serás capaz de influir y potenciar marcas mediante estrategias de neuromarketing y publicidad en redes.

Salidas laborales

'- Especialista en Social Selling - Consultor de Estrategias en Redes Sociales - Community Manager avanzado - Gestor de Contenidos Digitales - Especialista en Publicidad Digital - Experto en Atención al Cliente en Social Media - Asesor en Marketing de Influencia - Copywriter especializado en Redes Sociales - Estratega en Marketing de Afiliación - Coordinador de Proyectos Digitales

TEMARIO

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. 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. 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. MARKETING DE CONTENIDOS. BLOGGING CORPORATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. BLOGGING Y WORDPRESS

1. Definición y funciones del blog
2. Sistema de gestión de contenidos o CMS Wordpress
3. Configuración inicial de WordPress
4. Páginas en Wordpress
5. Diseño del blog
6. Publicación de contenidos
7. Gestión de comentarios
8. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL INBOUND MARKETING

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

5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CURACIÓN DE CONTENIDOS

1. Objetivos de la curación de contenidos
2. Estrategias para la curación de contenidos
3. Preparación previa
4. Las 4S de la content curation
5. Herramientas para la curación de contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEO Y COPYWRITING

1. Introducción al SEO y copywriting
2. SEO Copywritting
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywritting

UNIDAD DIDÁCTICA 5. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Principales Técnicas
5. Apartado "Sobre mi"
6. Consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 6. TIPOS DE CONTENIDOS

1. Contenidos generados internamente
2. Blog
3. Microsites
4. Landing pages
5. Listas de correo
6. Redes sociales
7. Foros de discusión
8. Eventos 2.0
9. Apps
10. Infografías
11. Portfolios digitales de producto
12. FAQ
13. Galerías fotográficas
14. Vídeos
15. Podcasts
16. Libros, manuales, whitepapers, revistas electrónicas y documentos descargables
17. Encuestas, tests y pruebas científicas
18. Sorteos y concursos
19. Reutilización de contenidos
20. Menciones en las redes sociales
21. Comentarios en el blog de la marca
22. Reviews, vídeos reviews, listas y rankings

23. Entrevistas y reportajes en medios online
24. Portales verticales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. ESTRATEGIA DE MARKETING DE CONTENIDOS

1. Objetivos SMART
2. Segmentación del target
3. Planificación de la estrategia de marketing de contenidos
4. Plan estratégico
5. Seguidores, leads, clientes y prosumidores
6. Plan táctico
7. Calendario editorial

UNIDAD DIDÁCTICA 8. REDACCIÓN EN EL BLOG CORPORATIVO

1. ¿Escribimos para Google o para personas?
2. Patrón de lectura web
3. Estructura de la pirámide invertida
4. Romper la uniformidad del texto
5. Guía de estilo
6. Las palabras clave en el marketing de contenidos
7. Consejos para la búsqueda y para añadir palabras clave
8. Contenidos originales

UNIDAD DIDÁCTICA 9. HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE CONTENIDOS

1. CMS (Content Management System)
2. Ejemplo de CMS: Wordpress
3. Herramientas para publicar contenidos en redes sociales
4. Acortadores de URL
5. Listas de correo y suscriptores
6. MailChimp
7. Newsletters

UNIDAD DIDÁCTICA 10. KPIS PARA MARKETING DE CONTENIDOS

1. Métricas web
2. Usuarios
3. Páginas vistas
4. Porcentaje de rebote
5. Datos geográficos
6. Mapas de calor
7. Fuentes de tráfico
8. Duración media de la sesión
9. Métricas sociales
10. Seguimiento de clics en redes sociales
11. Alcance en Facebook
12. "Me gusta", comentarios y compartidos en Facebook
13. Interacciones con el contenido de Twitter

14. Social bookmark del blog
15. Comentarios en el blog
16. Métricas email
17. Métricas de negocio
18. Conversión
19. ROI

MÓDULO 4. COPYWRITING EN REDES SOCIALES

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 SOCIAL MEDIA

1. La importancia del copywriting en social media
2. Objetivos del negocio
3. Conoce a tu audiencia
4. Canal, estrategia de contenidos y calendario editorial
5. Testeo y análisis

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. Página personal corporativa
6. Blog personal
7. Uso de las redes sociales
8. Plan de Comunicación

MÓDULO 5. ¿QUÉ ES UN COMMUNITY MANAGER?

UNIDAD DIDÁCTICA 1. LA FIGURA DE UN COMMUNITY MANAGER

1. ¿Qué es un Community Manager?
2. ¿Cuáles son las tareas de las que se encarga un Community Manager?
3. Habilidades, aptitudes y actitudes del Community Manager
4. El día a día de un Community Manager
5. Conozcamos a algunos Community Manager de la empresa Española
6. Evaluación de las funciones y responsabilidades actuales de un Community Manager
7. Definir las metas de un Community Manager
8. Tipos de Community Manager

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CASOS DE ÉXITO

1. Estrategias de éxito en las redes
2. ¿Qué audiencia tienen las redes sociales?
3. Casos de afinidad entre marca y usuario
4. La marca aprende a través de la experiencia de usuario. Crowdsourcing
5. Marketing Viral

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CÓMO ANIMAR UNA COMUNIDAD ONLINE

1. Trucos para animar una Comunidad Online
2. Estrategias de participación en las redes sociales
3. La voz de la empresa o la marca

UNIDAD DIDÁCTICA 4. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA COMUNICACIÓN CON LOS COMPRADORES

1. Introducción
2. ¿Cómo hemos llegado a esto?
3. Escribir de manera eficaz

MÓDULO 6. 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 7. MARKETING DE AFILIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL MARKETING DE AFILIACIÓN?

1. Introducción al marketing de afiliación
2. Ecosistema y funcionamiento del marketing de afiliación
3. Principales modelos y plataformas de afiliación
4. Ventajas y desventajas del marketing de afiliación
5. Principios del marketing de afiliación
6. Recomendaciones para el marketing de afiliación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DEL MARKETING DE AFILIACIÓN

1. Antecedentes del marketing de afiliación
2. Origen del marketing de afiliación
3. Conceptualización a lo largo del tiempo
4. Evolución del marketing de afiliación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTAGONISMO DEL MARKETING DE AFILIACIÓN Y SECTORES DONDE MÁS SE UTILIZA

1. Protagonismo del marketing de afiliación en la actualidad
2. Sectores donde más se aplica el marketing de afiliación

3. Tendencias futuras en marketing de afiliados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing Viral
4. Video Marketing
5. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING DE AFILIACIÓN PASO A PASO APLICADO COMO AFILIADO

1. Elige el nicho adecuado evaluando la competencia
2. Conviértete en afiliado eligiendo el método
3. Decide como monetizar tus resultados
4. Elige tus plataformas de difusión y genera contenidos
5. Atrae tráfico a tus canales
6. Convince a tu audiencia y genera ventas

MÓDULO 8. INFLUENCERS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS INFLUENCERS Y EL MARKETING DE INFLUENCIA

1. Origen del marketing de influencia
2. ¿Quiénes son y como han logrado el éxito?
3. Importancia del feedback
4. Tipos de influencers
5. ¿Cómo monetizan los influencers?
6. Redes de afiliados y plataformas de influencers

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN A LA MARCA PERSONAL

1. Definir la marca personal y el estilo
2. Identificar a la audiencia objetivo
3. Idear tu propia página web
4. Creación de lista de contactos
5. Utilización del social media
6. Diseño y ejecución de un plan de comunicación
7. Herramientas y recursos

UNIDAD DIDÁCTICA 3. REDES SOCIALES

1. La integración de las redes sociales en la estrategia corporativa de la empresa
2. Tipos de redes sociales
3. Ventajas y desventajas de las redes sociales
4. Beneficios de las redes sociales desde el punto de vista de la empresa y desde el punto de vista del consumidor
5. Importancia y repercusión de las redes sociales
6. Las redes sociales como intercambio constante de información
7. Video tutorial: Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM)

1. Marketing en Redes Sociales, el SMM
2. Nuevos consumidores: prosumer y crossuser
3. Escuchar a tus seguidores
4. Animar a participar
5. Cómo mejorar la experiencia de compra del consumidor
6. Seguimiento de audiencias
7. Publicidad en social media
8. El poder del efecto viral
9. Video: Social Media Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

1. Visibilidad e imagen de la empresa en la red
2. Reputación online
3. Identidad digital
4. Reputación dañada, como gestionar este tipo de crisis
5. Principales herramientas e indicadores
6. Video tutorial: Gestión de reputación online de una marca

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFLUENCERS Y REDES SOCIALES

1. Introducción a las principales redes sociales de influencia
2. Facebook
3. Instagram
4. YouTube
5. Twitter
6. Twitch
7. TikTok
8. LinkedIn

UNIDAD DIDÁCTICA 7. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Principales técnicas
5. Apartado "Sobre mí"
6. Consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA WEB Y MÉTRICAS EN REDES SOCIALES

1. Análisis del tráfico en redes sociales
2. Fijar objetivos en redes sociales
3. Facebook
4. Twitter
5. Youtube
6. Twitch

7. Instagram
8. 8.TikTok
9. Blogs
10. Reputación online
11. Vídeo tutorial: Posicionamiento web

UNIDAD DIDÁCTICA 9. INFLUENCERS, MARCAS Y CAMPAÑAS

1. Panorama actual del marketing de influencia
2. Beneficios del marketing de influencia para la empresa anunciante
3. Influencers y marcas, ¿Cuál es el tuyo?
4. Casos de éxito
5. Perspectivas de futuro

