



SERCA
INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

CURSO ONLINE EN SOCIAL COMMERCE: ESTRATEGIA DE VENTA DIRECTA EN REDES SOCIALES



FORMACIÓN PERMANENTE

WWW.INSTITUTOSERCA.COM



Acerca de **Instituto Serca**

Instituto Serca es un centro especializado en Formación de Postgrado: Másteres, Dobles Títulos de Máster, Especialistas y Expertos Universitarios, así como Cursos Homologados por Universidades. Se caracteriza por no centrarse en la formación de expedientes, sino de personas, cuyo aprendizaje dará sentido a su experiencia.

Los Másteres, Especialistas, Expertos Universitarios y Cursos que impartimos desde Instituto SERCA, cuentan con todas las garantías y exigencias de calidad, lo que hace posible que la titulación obtenida por nuestros alumnos/as sean Títulos expedidos por prestigiosas universidades.



Metodología de Estudio

- ✓ **Campus Virtual Avanzado:** Experiencia de estudio individualizada, intuitiva e interactiva.
- ✓ **Tutorización Permanente:** Nuestro equipo docente estará a disposición del alumnado desde su matriculación hasta la finalización de todo el proceso formativo.
- ✓ **Clases en vídeo y en audio:** Cada programa formativo dispone de clases en vídeo y audios específicos por materia, para reforzar el contenido teórico.
- ✓ **Metodología E-Learning:** Modalidad 100% online adaptada a las necesidades del alumnado.
- ✓ **Evaluación:** Planteamiento de casos y actividades dirigidas a la valoración competencial del programa formativo.
- ✓ **Profesorado Especializado:** Contamos con un claustro de profesores especializado que realizará un seguimiento personalizado del aprendizaje.
- ✓ **Biblioteca Digital:** A través de nuestra innovadora plataforma digital, el alumnado podrá acceder a un amplio catálogo de libros, revistas, obras de investigación y tesis doctorales.
- ✓ **Descarga automática de certificados y actualización de notas permanente.**
- ✓ **Notificaciones en tiempo real sobre el estado y evolución del estudio.**





Campus **Virtual**

- ✓ Clases en vídeo de cada materia
- ✓ Tutorías de seguimiento en directo mensuales
- ✓ Herramientas de interacción y seguimiento: tutorización permanente, foro, emails, etc.
- ✓ Consulta directa del expediente académico
- ✓ Descarga de certificados
- ✓ ¡Y mucho más!...

Presentación del Programa

Amplía tu formación con nuestro **Curso de Social Commerce: Estrategia de Venta Directa en Redes Sociales**, un programa diseñado para profesionales que desean dominar las técnicas de venta integradas en los principales entornos sociales digitales. En un contexto donde las plataformas sociales se han convertido en potentes canales comerciales, contar con una formación especializada marca la diferencia competitiva.

A lo largo del temario abordarás desde los fundamentos del social commerce y la psicología del consumidor social hasta la configuración de tiendas nativas en Instagram, Facebook, TikTok y Pinterest. Además, profundizarás en estrategias de contenido comercial, live shopping, marketing de influencia orientado a conversión, publicidad social con objetivos de venta y la infraestructura tecnológica necesaria para integrar catálogos, pasarelas de pago y sistemas de gestión.

Complementarás tu perfil profesional con competencias en analítica avanzada, optimización del rendimiento, marco legal aplicable y diseño de planes integrales de social commerce, capacitándote para liderar estrategias de venta directa en redes sociales con un enfoque práctico y orientado a resultados medibles.



Duración: 150 horas



Créditos: 6 Créditos ECTS



Metodología: Online



Matriculación: Permanente

Programa Académico

- ✓ Definir los fundamentos del social commerce diferenciando sus modalidades y modelos de negocio.
- ✓ Analizar el comportamiento del consumidor social identificando los principios psicológicos que impulsan la compra.
- ✓ Clasificar las plataformas sociales con funcionalidades de venta evaluando sus capacidades comerciales nativas.
- ✓ Diseñar estrategias de contenido comercial y live shopping aplicando técnicas de conversión efectivas.
- ✓ Dominar la publicidad social orientada a conversión implementando campañas de venta directa.
- ✓ Identificar creadores de contenido estratégicos seleccionando colaboraciones comerciales con retorno medible.
- ✓ Comprender la infraestructura tecnológica necesaria integrando catálogos, pasarelas de pago y automatizaciones.
- ✓ Elaborar un plan integral de social commerce aplicando analítica, normativa y optimización continua.



1: FUNDAMENTOS DEL SOCIAL COMMERCE Y SU EVOLUCIÓN EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

- 1.1. Definición, alcance y delimitación conceptual del social commerce
- 1.2. Evolución histórica del comercio en redes sociales y principales hitos tecnológicos
- 1.3. Factores económicos, tecnológicos y sociales que impulsan el crecimiento del social commerce
- 1.4. Modelos de negocio predominantes en el social commerce contemporáneo
- 1.5. Análisis del ecosistema global: tendencias en mercados occidentales, asiáticos y latinoamericanos
- 1.6. El papel del social commerce dentro de una estrategia omnicanal de la empresa

2: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR SOCIAL Y PSICOLOGÍA DE LA COMPRA EN REDES

- 2.1. Perfil del consumidor social: características demográficas, psicográficas y hábitos digitales
- 2.2. El proceso de decisión de compra en entornos sociales frente al e-commerce convencional
- 2.3. Principios de psicología aplicada a la venta en redes sociales
- 2.4. La influencia del contenido generado por el usuario (UGC) en las decisiones de compra
- 2.5. Confianza, reputación y gestión de la percepción de riesgo en transacciones sociales
- 2.6. Segmentación avanzada de audiencias sociales para la personalización de la oferta comercial



3: ECOSISTEMA DE PLATAFORMAS SOCIALES CON FUNCIONALIDADES NATIVAS DE VENTA

- 3.1. Panorama general de plataformas con capacidades de social commerce integradas
- 3.2. Instagram Shopping: configuración, catálogo de productos y experiencia de compra
- 3.3. Facebook Shops y Marketplace: funcionalidades, alcance y gestión del catálogo
- 3.4. TikTok Shop: modelo de negocio, formatos comerciales y oportunidades de crecimiento
- 3.5. Pinterest Shopping: catálogos, pines de producto y tráfico comercial de alta intención
- 3.6. WhatsApp Business y Telegram como canales de comercio conversacional directo
- 3.7. Plataformas emergentes y nichos específicos: YouTube Shopping, Snapchat y tendencias futuras
- 3.8. Criterios estratégicos para la selección y priorización de plataformas según el modelo de negocio

4: DISEÑO DE LA ESTRATEGIA DE SOCIAL COMMERCE ORIENTADA A RESULTADOS COMERCIALES

- 4.1. Diagnóstico previo: auditoría de presencia social y capacidades comerciales de la empresa
- 4.2. Definición de objetivos comerciales alineados con las fases del embudo de ventas social
- 4.3. Diseño de la propuesta de valor diferenciada para el canal social
- 4.4. Arquitectura del embudo de venta social: del descubrimiento a la compra recurrente
- 4.5. Integración del social commerce con la estrategia general de marketing digital y ventas
- 4.6. Planificación de recursos humanos, tecnológicos y presupuestarios para la implementación
- 4.7. Calendario estratégico: estacionalidad, campañas clave y momentos comerciales relevantes



5: ESTRATEGIA DE CONTENIDO COMERCIAL PARA LA CONVERSIÓN EN REDES SOCIALES

- 5.1. Principios del content commerce: creación de contenido que vende sin parecer publicidad
- 5.2. Formatos de contenido con mayor capacidad de conversión por plataforma
- 5.3. Storytelling comercial: narrativas de marca que generan conexión emocional y deseo de compra
- 5.4. Diseño visual y copywriting persuasivo adaptado al social commerce
- 5.5. Planificación editorial: equilibrio entre contenido orgánico, comercial y de valor
- 5.6. Contenido generado por el usuario (UGC): captación, curación y amplificación estratégica

6: MARKETING DE INFLUENCIA Y CREADORES DE CONTENIDO COMO CANAL DE VENTA DIRECTA

- 6.1. Evolución del marketing de influencia hacia un modelo de performance comercial
- 6.2. Tipología de creadores según su capacidad de influencia en la decisión de compra
- 6.3. Proceso de identificación, selección y evaluación de creadores para campañas de social commerce
- 6.4. Diseño de colaboraciones orientadas a la conversión: formatos, briefings y compensación
- 6.5. Programas de afiliación con creadores integrados en plataformas de social commerce
- 6.6. Medición del retorno de la inversión (ROI) en campañas de influencia con objetivos de venta
- 6.7. Aspectos legales y de transparencia en las colaboraciones comerciales con creadores



7: PUBLICIDAD SOCIAL CON OBJETIVOS DE CONVERSIÓN Y VENTA DIRECTA

- 7.1. Fundamentos de la publicidad de pago en plataformas sociales orientada a resultados comerciales
- 7.2. Configuración de campañas de conversión en Meta Ads (Facebook e Instagram)
- 7.3. Publicidad en TikTok Ads orientada a la venta directa mediante TikTok Shop
- 7.4. Publicidad de compra en Pinterest Ads y YouTube Shopping Ads
- 7.5. Estrategia de creatividades publicitarias con enfoque de conversión
- 7.6. Gestión presupuestaria y estrategias de puja para maximizar el retorno publicitario
- 7.7. Atribución de conversiones y análisis del impacto real de la inversión publicitaria social

8: INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA, PASARELAS DE PAGO E INTEGRACIÓN CON SISTEMAS DE GESTIÓN

- 8.1. Arquitectura tecnológica necesaria para una operación de social commerce eficiente
- 8.2. Integración del catálogo de productos con las plataformas sociales
- 8.3. Pasarelas de pago y checkout: opciones, seguridad y experiencia del usuario
- 8.4. Automatización de procesos comerciales: chatbots, respuestas automáticas y flujos de venta
- 8.5. Conexión del social commerce con el CRM y los sistemas de gestión de pedidos
- 8.6. Logística y experiencia posventa en operaciones originadas desde redes sociales



9: ANALÍTICA, MÉTRICAS CLAVE Y OPTIMIZACIÓN DEL RENDIMIENTO EN SOCIAL COMMERCE

- 9.1. Marco de medición específico para social commerce: métricas de negocio frente a métricas de vanidad
- 9.2. Indicadores clave de rendimiento (KPIs) por fase del embudo de venta social
- 9.3. Herramientas de analítica nativa de cada plataforma social y sus limitaciones
- 9.4. Herramientas de terceros y dashboards integrados para la monitorización multicanal
- 9.5. Modelos de atribución aplicados al social commerce y análisis del customer journey
- 9.6. Proceso de optimización continua basado en datos: testeo, iteración y escalado de resultados

10: MARCO LEGAL, ÉTICO Y REGULATORIO DEL COMERCIO EN REDES SOCIALES

- 10.1. Normativa aplicable al comercio electrónico a través de plataformas sociales
- 10.2. Protección de datos personales y privacidad en las transacciones sociales
- 10.3. Regulación de la publicidad y las comunicaciones comerciales en redes sociales
- 10.4. Políticas comerciales propias de cada plataforma: términos de uso y restricciones
- 10.5. Ética y responsabilidad empresarial en las prácticas de social commerce
- 10.6. Gestión de crisis reputacionales derivadas de la actividad comercial en redes sociales



11: LIVE SHOPPING: ESTRATEGIA, PRODUCCIÓN Y GESTIÓN DE EVENTOS DE VENTA EN DIRECTO

- 11.1. Concepto, origen y consolidación del live shopping como canal de venta de alto impacto
- 11.2. Plataformas y formatos disponibles para la realización de eventos de live shopping
- 11.3. Planificación estratégica del evento de venta en directo
- 11.4. Producción técnica y puesta en escena: equipamiento, iluminación y escenografía
- 11.5. Conducción del directo: habilidades de comunicación, interacción con la audiencia y cierre de ventas
- 11.6. Análisis de resultados y reutilización del contenido generado en live shopping

12: DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y PRESENTACIÓN DE UN PLAN INTEGRAL DE SOCIAL COMMERCE

- 12.1. Metodología para la elaboración de un plan de social commerce profesional
- 12.2. Análisis de situación: auditoría de la marca, el mercado y la competencia en canales sociales
- 12.3. Definición de la estrategia: objetivos, plataformas prioritarias y propuesta de valor social
- 12.4. Plan de acción operativo: contenidos, campañas publicitarias, influencers y calendario de activación
- 12.5. Plan tecnológico: integración de plataformas, catálogos, pagos y automatizaciones
- 12.6. Sistema de medición, cuadro de mando y protocolo de optimización continua
- 12.7. Presentación profesional del plan: estructura del documento, visualización de datos y defensa ante stakeholders



Titulación y Certificaciones



El alumno/a recibirá un **Certificado universitario** emitido por la **Universidad EUNEIZ**.



Descarga de certificados expedidos por Instituto Serca desde la Secretaría Virtual de nuestro Campus.



Proceso de **Matriculación**



Formalización de la matrícula:

- Completar y enviar el formulario de matriculación. Tras recibirlo, automáticamente le enviaremos sus claves de acceso a pagos/facturas.
- Una vez abonado el importe completo del Programa Formativo, el alumno/a recibirá los accesos al Campus Virtual y podrá iniciar su estudio.

Matricúlate

Más información



Métodos y facilidad de Pagos

- ✓ **Facilidad de pago:** Opciones de pago fraccionado sin intereses.
- ✓ **Seguridad:** Plataforma de pago online segura y encriptada.
- ✓ **Flexibilidad:** Varias opciones de pago como tarjeta de crédito, débito, transferencia bancaria y PayPal.
- ✓ **Descuentos:** Ofrecemos descuentos directos aplicados automáticamente al realizar la matrícula en nuestra web.
- ✓ **Simplicidad:** Proceso de pago simple e intuitivo en pocos pasos.
- ✓ **Facturación:** Descarga de facturas en el área de pagos.



¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



Calidad en la enseñanza

Miles de alumnos/as de todo el mundo avalan nuestra **calidad** y nuestros **sistemas de enseñanza**, haciendo con Instituto Serca su especialización profesional.



Contenidos actualizados

Permanente actualización y mejora de contenidos. Instituto Serca está afiliado a las más prestigiosas instituciones de los ámbitos de **psicología, sanidad y educación**, para estar actualizados en las últimas innovaciones científicas y didácticas.



Profesionales de primer nivel

Nuestros programas formativos están diseñados por **profesionales de primer nivel** con amplia experiencia y siempre orientados al éxito profesional del alumnado.

¿Por qué elegir **Instituto Serca**?



A tu ritmo

Nos adaptamos al **ritmo de aprendizaje** de cada alumno/a. Nuestra metodología permite adaptarnos a las necesidades formativas individuales, garantizando así nuestra atención individualizada.



Tutorización

En Instituto Serca los alumnos/as disponen de un **tutor/a** a su disposición desde el momento de su matriculación, siendo prioritaria la resolución de dudas en el mínimo plazo.



Clases en vídeo

Clases en vídeo por materia para reforzar el contenido teórico. Además dispondrá de manera sistemática de un webinar de resolución de dudas.



SERCA

INSTITUTO
DE ALTOS ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS



¿Necesita más **información**?

 www.institutoserca.com

 info@institutoserca.com

 +34 958 372 363 / 660 880 416

