
MERCADOTECNIA EN INTERNET



FORMACIÓN GRATUITA

CONVOCATORIA FORMACIÓN OFERTA SECTORIAL ESTATAL

- **DURACIÓN:** 80 horas
- **MODALIDAD:** Teleformación
- **OBJETIVO GENERAL:**

Ser capaz de identificar y emplear las principales estrategias y tácticas que permitan promocionar y vender mejor los productos y servicios en internet. También plasmar éstas en un plan de mercadotecnia con los últimos recursos que se utilizan en emarketing.

CONTENIDOS:

1. QUÉ ES LA MERCADOTECNIA

- 1.1. Introducción.
- 1.2. El mundo digital.
- 1.3. Redes.
- 1.4. Individuos en línea.

2. HERRAMIENTAS DE LA WEB

- 2.1. La web 2.0.
 - 2.1.1 Las expresiones de la web 2.0.
 - 2.1.2. La web centrada en el usuario.
 - 2.1.3. Diferencias entre la web 1.0 y la web 2.0.
- 2.2. Qué es una red social.
 - 2.2.1. Descripción de las principales redes sociales.
 - 2.2.2. Participación en las redes sociales.
- 2.3. Los wiquis, el podcastt, el videocast y etiquetado social comunidades.
- 2.4. La función de los blogs corporativos.
 - 2.4.1. Definición y conceptos fundamentales.
 - 2.4.2. Tipos de blogs corporativos.
 - 2.4.3. El blog como herramienta interna.
- 2.5. Interacción virtual.

3. MERCADOTECNIA Y VENTA

- 3.1. Comercio electrónico.
- 3.2. Modelos de negocios web.
- 3.3. Planes de mercadotecnia por internet.
- 3.4. Organización para internet.
- 3.5. Asignación de precios en un mundo en línea.
- 3.6. Soporte al cliente y calidad en línea.

4. MERCADOTECNIA Y MARKETING

- 4.1. Personalización.
- 4.2. El modelo actual de marketing. Un nuevo modelo de comunicación: escuchar y conversar.
- 4.3. Desarrollo de nuevos productos e internet.
- 4.4. Creación de marcas y de tráfico.
- 4.5. Impacto de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de marketing y comunicación empresarial.
- 4.6. El papel de las redes sociales en la estrategia del marketing.