



CURSO GRATUITO DE **Marketing on-line y redes sociales**

DURACIÓN
 85 horas

LUGAR DE REALIZACIÓN
 On-line

INTERESADOS CONTACTAR CON:

- Escuela Superior de Diseño | ESI Valladolid
- Teléfono: 983 397 622 ext. 102
- e-mail: rrhh@esivalladolid.com

Curso Gratuito, dirigido a trabajadores ocupados y autónomos del sector del **comercio**.

Plazas limitadas para desempleados

Formación 100% Subvencionada

Descripción del curso

El Marketing online y las redes sociales, son aplicaciones tecnológicas digitales, que forman canales online para contribuir a las actividades de marketing dirigidas a lograr la adquisición y retención rentable de consumidores y como recurso para las empresas como medio de publicidad.

Objetivos

- En este curso vas a identificar los elementos de un plan de marketing en internet y del diseño de una web comercial efectiva.
- Aplicar técnicas básicas para la creación de contenidos, conversación y escucha en los medios sociales de las nuevas comunidades virtuales, así como medición de la actividad.
- Adquirir los conocimientos necesarios sobre comercio electrónico y marketing en Internet y determinar todos los elementos a tener en cuenta para gestionar de forma autónoma y responsable una empresa. Orientado a administrativos y técnicos comerciales.

Dirigido a



A todas aquellas personas que trabajen en el **sector del comercio**.

SITUACIÓN LABORAL

- Trabajadores por cuenta ajena: personas que actualmente están trabajando con contrato laboral en convenio colectivo relacionado con comercio.
- Autónomos que estén dados de alta en cualquier epígrafe relacionado.
- Desempleados inscritos como demandantes de empleo, (plazas limitadas)

Diploma

Una vez finalizado el curso, recibirás un diploma emitido por el Servicio Público de Empleo, de los programas formativos de las especialidades de

- COMM025PO: FUNDAMENTOS DEL PLAN DE MARKETING EN INTERNET
- COMM045PO MARKETING BÁSICO EN MEDIOS SOCIALES
- COMM088PO MARKETING-MIX BÁSICO EN INTERNET Y GESTIÓN ONLINE DE CLIENTES

Temario

UNIDAD I: FUNDAMENTOS DEL PLAN DE MARKETING EN INTERNET (30 horas)

1. CONCEPTOS BÁSICOS DE MARKETING

- 1.1. Marketing: concepto y evolución.
- 1.2. Elementos de mercado.
- 1.3. Variables del marketing.
- 1.4. Plan de marketing.

2. MARKETING EN INTERNET

- 2.1. Plan de marketing digital.
- 2.2. Producto.
- 2.3. Precio.
- 2.4. Distribución.

3. PROMOCIÓN Y HERAMIENTAS PROMOCIONALES EN INTERNET

- 3.1. Campaña de e-mail.
- 3.2. Banner.
- 3.3. Anuncios clasificados.
- 3.4. Programas de asociados.
- 3.5. Buscadores.
- 3.6. Autorrespondedores.
- 3.7. Grupos de News.
- 3.8. Boletín-E.
- 3.9. Programas para la gestión de la relación con el cliente (CRM).

4. DISEÑO DE UNA WEB COMERCIAL EFECTIVA

- 4.1. Introducción.
- 4.2. Influencia del contenido en el diseño.
- 4.3. Estilo narrativo.
- 4.4. Tiempo de carga.

UNIDAD II: MARKETING BÁSICO EN MEDIOS SOCIALES (25 horas)

1. LA WEB 2.0 EN LA EMPRESA

- 1.1. La evolución técnica de la Web.
- 1.2. Áreas de actuación de la empresa en la web 2.0.
- 1.3. Extender el trabajo de nuestra empresa.

2. CREAR CONTENIDOS Y CONVERSAR EN MEDIOS SOCIALES

- 2.1. El social media.
- 2.2. Redes sociales.
- 2.3. Gestión de redes sociales.
- 2.4. Marketing 2.0: marketing en la red.

3. ESCUCHAR Y MEDIR EN MEDIOS SOCIALES

- 3.1. Cómo evaluar nuestro trabajo de Social Media.
- 3.2. Limitaciones, éxitos y fracasos del Social Media.
- 3.3. Gestión de crisis.
- 3.4. Apuntes legales del Social Media.

UNIDAD III:

MARKETING-MIX BÁSICO EN INTERNET Y GESTIÓN ONLINE DE CLIENTES (30 horas)

1. DEL PRODUCTO AL CLIENTE

- 1.1. Transformación de mercados, productos, medios, tecnologías.
- 1.2. Las repercusiones para el marketing, producto, precio,

Temario (cont.)

distribución y comunicación.

- 1.3. La personalización de las herramientas del marketing.
- 1.4. Competir según el servicio y el valor añadido.
- 1.5. Hacia una comunidad de clientes.
- 1.6. Los protocolos y lenguajes de Internet.
- 1.7. Perfil del usuario de Internet.
- 1.8. Internet como medio de comunicación, sus usos y abusos.

2. COMERCIO ELECTRÓNICO

- 2.1. Conocimiento del medio virtual.
- 2.2. Actividades y actores del e-commerce.
- 2.3. Instrumentos de comercio y seguridad.

3. MARKETING-MIX EN INTERNET

- 3.1. Decisiones de producto, precio y comunicación en Internet.
- 3.2. Marketing Directo.
- 3.3. Distribución.

4. PUBLICIDAD ON-LINE

- 4.1. Plan estratégico de comunicación y branding.
- 4.2. Campañas, actuaciones y mensajes: distintos modelos.
- 4.3. Gestión externa: instrumentos (agencias, adword).
- 4.4. Recursos 2.0: blogs.
- 4.5. Recursos 2.0: redes sociales.

- 4.6. Recursos 2.0: portales colaborativos.

5. MEDIOS DE PAGO Y TRANSACCIONES SEGURAS

- 5.1. Medios de pago no bancarios.
- 5.2. Medios de pago bancarios tradicionales.
- 5.3. Medios de pago bancarios específicamente desarrollados para los nuevos canales digitales interactivos.
- 5.4. Evolución de los medios de pago.

6. GESTIÓN DE CLIENTES

- 6.1. Gestión on-line de clientes: características específicas.
- 6.2. Clasificación y tipologías.
- 6.3. Software CRM.



CURSO GRATUITO DE
Marketing on-line
y redes sociales

esi

ESCUELA SUPERIOR
DE DISEÑO

