



## MARKETING EN LAS REDES SOCIALES E IMPLANTACIÓN DE NEGOCIO ELECTRÓNICO



**Área:** Comercios  
**Modalidad:** Teleformación  
**Duración:** 60 h  
**Precio:** Consultar

[Curso Bonificable](#)  
[Contactar](#)  
[Recomendar](#)  
[Matricularme](#)

### OBJETIVOS

Marketing de las redes sociales: Los objetivos que persigue este curso son: • Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc. • Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0. • Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. • Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,...). • Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral. • Características principales que debe cumplir un Community Manager.

Formación para la implantación de negocio electrónico: En este curso se tratan conceptos fundamentales de lo que es el comercio electrónico (e-commerce) pero con una característica especial que lo convierte en un curso realmente práctico. Nos referimos a que se incluye un programa concreto de comercio electrónico que permite manejar y poner en práctica los conceptos estudiados.

### CONTENIDOS

**Marketing en las redes sociales:** 1 Consideraciones generales 2 Organización del trabajo en Redes Sociales 3 Medición de la estrategia en Redes Sociales 4 Uso de las principales Redes Sociales 5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales 6 La necesidad de crear un blog 7 Éxito y errores en Social Media 8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media 9 Community manager

**Fundamentos para la implantación de negocio electrónico:** 1 Introducción al Comercio Electrónico 2 La cadena de valor en el comercio electrónico 3 Aspectos tecnológicos del comercio electrónico 4 El comercio electrónico entre empresas B2B 5 El comercio electrónico empresa-cliente B2C 6 Ecommerce al servicio de la gestión empresarial 7 Técnicas de marketing en Internet 8 Atención al cliente 9 Seguridad en las transacciones 10 Medios de pago y procesos de cobro 11 Logística y distribución 12 Consideraciones jurídicas y legales 13 Caso práctico 14 Perspectiva para el comercio electrónico

### METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.

- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida.** Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado.** El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.
- **El curso puede realizarse exclusivamente a través de Internet pero si el estudiante lo desea puede adquirir un manual impreso.** De esta manera podrá volver a consultar la información del curso siempre que lo desee sin que necesite utilizar el Campus Virtual o, estar conectado a Internet.

## REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 5.5 o superior, con plugin de Flash, cookies y JavaScript habilitados. No se garantiza su óptimo funcionamiento en otros navegadores como Firefox, Netscape, Mozilla, etc.
- Resolución de pantalla de 800x600 y 16 bits de color o superior.
- Procesador Pentium II a 300 Mhz o superior.
- 32 Mbytes de RAM o superior.