

## MARKETING EN INTERNET

**Inicio** 16/04/18 **Fin** 29/06/18 **Horas** 80 **Días /Horario** L-X-V 16:30 a 19:00

**Lugar** Rekalde 1, 1ª planta Local 41 20160 LASARTE - **Precio** **100% Subvencionado**  
ORIA

**Objetivos** 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 etiquetado social comunidades de
  - 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.

**Requisitos** Trabajadores de empresas consideradas PYME y estar cotizando por Régimen general, autónomos o cooperativistas en el SECTOR de COMERCIO Y MARKETING o en cualquiera de sus SECTORES AFINES con son COMERCIO (Delegaciones comerciales del ente público empresarial Loterías y Apuestas del Estado; Promoción degustación, merchandising y distribución de muestras; Administraciones de Loterías), ESTACIONES DE SERVICIO, APARCAMIENTOS Y GARAJES, CONTAC CENTER, GRANDES ALMACENES Y SERVICIOS DE CAMPO PARA ACTIVIDADES DE REPOSICION.

Tendrán prioridad los empleados de empresas con menos de 10 trabajadores. En su defecto, podrán participar los pertenecientes a empresas consideradas PYME (hasta 99 trabajadores)

**Más información** No se podrá realizar más de 90 horas de formación por persona a excepción de las acciones dirigidas a la obtención de un Certificado de Profesionalidad o que el curso sea de una duración superior.

Hay plazas muy limitadas para trabajadores en situación de desempleo.