
Curso: Introducción al marketing en Internet: Marketing 2.0

Horas:

Objetivos:

Comprender las nuevas tendencias en la comunicación a través de las herramientas 2.0. Introducir a los empresarios en el uso comercial que se puede hacer de la red social. Reciclar a los profesionales del marketing y de la comunicación con las últimas prácticas y técnicas de venta. Detectar nuevos nichos de mercado a través de los Social Media. Desarrollar estrategias encuadradas dentro del nuevo concepto del Marketing 2.0.

Dirigido a:

A usuarios de las nuevas redes sociales, a integrantes y responsables de departamentos de comunicación, publicidad, relaciones públicas y marketing, y empresarios interesados en las nuevas tendencias 2.0.

Capacita para:

Para el desarrollo de nuevas estrategias de marketing adaptadas a los cambios sociales y basadas en los nuevos paradigmas de comunicación, bajo el calificativo profesional de Community Manager.

Otros datos:

Internet se ha consolidado como el medio de comunicación con mayor crecimiento y evolución de los últimos años, gracias a la colaboración de los propios usuarios. Para la empresa es necesario conocer y seguir la evolución de este medio como soporte publicitario y de inversión.

La Web 2.0 ha modificado la forma de entender Internet, ahora es el usuario el que construye sus propios contenidos.

Este curso recoge a modo de introducción, aquellos usos del Marketing 2.0 desconocidos para la sociedad, pero muy desarrollados de forma efectiva por las grandes empresas.

Empresarios que quieran desarrollar estrategias de venta utilizando las últimas tendencias en el marketing.

Contenido Formativo:

1. Marketing en internet

1.1. Introducción

FICHA TÉCNICA

- 1.2. Enfoque estratégico
- 1.3. Principios básicos y errores más comunes
- 1.4. Plan de marketing online

2. Web 2.0

- 2.1. Introducción
- 2.2. Internet como modelo económico
- 2.3. La web 2.0 como concepto
- 2.4. Cambio de paradigma
- 2.5. RSS
- 2.6. Herramientas de la web 2.0

3. Marketing 2.0

- 3.1. Introducción
- 3.2. Optimizar la integración
- 3.3. Viralidad
- 3.4. Social Media Marketing
- 3.5. Plan de Marketing 2.0

4. Social Media Plan

- 4.1. Introducción
- 4.2. Página web corporativa
- 4.3. Banner
- 4.4. Marketing en buscadores
- 4.5. Blog corporativo
- 4.6. Blogmarketing
- 4.7. Nanoblogging - Microblogging
- 4.8. Marketing en redes sociales
- 4.9. Widget Marketing
- 4.10. Podcasting

5. Dvinos

- 5.1. Introducción
- 5.2. La empresa
- 5.3. Briefing
- 5.4. Social media plan

6. Contenido CD:

- 6.1. CD-ROM interactivo que le ayudará mediante animaciones, actividades interactivas y ejercicios de autoevaluación a reforzar lo aprendido en el manual.