



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

Marketing en las redes sociales e implantación de negocio electrónico

Modalidad de realización del curso: [Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

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

MÓDULO 1. 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

MÓDULO 2. 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 E-comercio 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



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es