

Mercadotecnia en internet

Modalidad: curso e-Learning Duración: 80 horas

Categorías: Comercio y marketing

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 estas en un plan de mercadotecnia con los últimos recursos que se utilizan en e-marketing
- Identificar las ventajas del marketing aplicado a la actividad comercial
- Comprender el funcionamiento de la web 2.0
- Identificar los modelos de negocio y las estrategias que ayudan a la empresa a generar valor e incrementar las ventas en el mercado online
- Identificar aspectos estratégicos de las empresas en el mercado digital.

CONTENIDOS

Qué es la mercadotecnia

Introducción. El mundo digital. Redes. Individuos en línea.

Herramientas de la web

La web 2.0:

Las expresiones de la web 2.0.

La web centrada en el usuario.

Diferencias entre la web 1.0 y la web 2.0.

Qué es una red social:

Descripción de las principales redes sociales.

Participación en las redes sociales.

Los wiquis, el podcast, el videocast y etiquetado social.

La función de los blogs corporativos:

Definición y conceptos fundamentales.

Tipos de blogs corporativos.

El blog como herramienta interna.

Interacción virtual.

Mercadotecnia y venta

Comercio electrónico. Modelos de negocios web. Planes de mercadotecnia por internet.

Organización para internet. Asignación de precios en un mundo en línea. Soporte al cliente

y calidad en línea.

Mercadotecnia y marketing

Personalización. El modelo actual de marketing. Un nuevo modelo de comunicación: escuchar y conversar. Desarrollo de nuevos productos e internet. Creación de marcas y de tráfico. El papel de las redes sociales en la estrategia del marketing. Impacto de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia de marketing y comunicación empresarial.