



---

## FORMACIÓN DE COMERCIO ON-LINE

---

### Objetivos:

- Establecer pautas para incrementar beneficios en el uso de Internet.
- Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial.
- Conocer como tener presencia en canales 2.0.
- Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales.
- Conocer como promocionar las ventas mediante uso de las principales Redes Sociales.
- Aplicar técnicas de marketing (marketing mobile y marketing viral).
- Conocer las características principales de un Community Manager.
- Poner en práctica la implantación de un negocio electrónico.

### Formato de la formación:

PRESENCIAL	E-LEARNING
- Comercio on-line	- Marketing en redes sociales e implementación de negocio electrónico.
Práctica	Teórica
Específica	Genérica
6h	

### Índice Formación Teórica:

---

#### Marketing en redes sociales e implementación de negocio electrónico.

---

#### Community Management – 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

### **Técnicas de Marketing**

1 Condiciones del marketing

2 Estudio de mercados

3 El mercado

4 Política de productos

5 Política de Precios

6 Política de Distribución

7 La comunicación

8 Política de comunicación

9 Publicidad

10 El perfil del vendedor

11 La venta como proceso

12 Tipología de la venta

13 Técnicas de ventas



## 14 Estrategia de ventas

### **Comercio 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 empresas-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 Perspectivas del comercio electrónico