

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.

