

## VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS A TRAVÉS DE INTERNET

DURACIÓN: 6 HORAS

INCIÓ: 30 DE NOVIEMBRE DE 15:00 A 18:00

FIN: 01 DE DICIEMBRE DE 15:00 A 18:00

DIRIGIDO A: TRABAJADORES AUTÓNOMOS Y EN RÉGIMEN GENERAL Y DESEMPLEADOS A NIVEL ESTATAL

MODALIDAD: PRESENCIAL

### OBJETIVO GENERAL

Introducir a los asistentes en el uso y adaptación de herramientas que les posibilite su transformación estratégica y orientarlas en la aplicación de nuevas estrategias de comunicación y de gestión del conocimiento, permitiéndoles con ello la toma de decisiones en este ámbito.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar a los participantes pautas para analizar el nuevo contexto para el negocio, surgido con las redes sociales y el cambio cultural producido en la sociedad y en las empresas con ellos.
- Aportar herramientas y elementos de análisis del cambio producido en los valores y necesidades de los consumidores y de qué manera generan nuevas oportunidades de negocio.
- Ofrecer pautas para aprender a utilizar las redes sociales y adaptar la estrategia del negocio a las nuevas necesidades surgidas y de los cambios estructurales provocados en la comunicación.

### CONTENIDOS

- Indique y detalle ampliamente los contenidos teóricos y prácticos de la acción, así como la duración y la programación prevista para el desarrollo de los contenidos: (Identifique los contenidos en teóricos y prácticos. También debe señalar la duración de cada módulo y/o unidad formativa).

1. LAS REDES SOCIALES EN LA EMPRESA Y EL PEQUEÑO NEGOCIO
  - Redes sociales: facebook, linkedin, xing, twitter
  - Los beneficios del social media en la empresa
  - Como integrar las redes sociales en la estrategia del pequeño negocio
  - Seleccionar los canales adecuados

- Medir el impacto

Duración: 2 horas (1,5 horas teóricas y 0.5 hora práctica)

## 2. LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SOCIALES

- Páginas web 2.0
- Los blogs en la estrategia del pequeño negocio.
- Integración de plataforma en la web- video y fotografía.

Duración: 1,5 horas (1 horas teórica y 0.5 hora práctica)

## 3. MARKETING ON-LINE

- Introducción del marketing en internet
- Social media marketing- nuevo consumidor
- Cómo detectar tendencias
- Publicidad en los medios sociales

Duración: 1,5 horas (1 horas teórica y 0.5 hora práctica)

## 4. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES

- ¿Qué es el posicionamiento?
- Cómo funciona un buscador
- Consejos para contratar servicios de posicionamiento en buscadores

Duración: 1 hora (0.5 hora teórica y 0.5 hora práctica)

