



# LA EMPRESA EN LAS REDES SOCIALES

**Sku:** 3337EC

**Horas:** 10

## OBJETIVOS

Conocer las distintas estrategias comerciales incluidas en un plan integrado como medios para la atracción de un público objetivo. Definir y analizar las plataformas existentes para llevar a cabo una adecuada estrategia comercial en las redes sociales. Conocer la forma de rentabilizar las redes sociales para su uso en beneficio de la marca.

## CONTENIDOS

1. ESTRATEGIAS COMERCIALES INTEGRADAS 1.1. PLANES INTEGRADOS 1.2. USO DE LOS MEDIOS OFFLINE 1.3. USO DE LOS MEDIOS ONLINE 2. CONVERSIONES EN LA VENTA Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ON LINE 2.1. SEM Y ADVERTISING 2.2. FASES DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD ONLINE 3. POR QUÉ LA ESTRATEGIA COMERCIAL EN REDES SOCIALES 3.1. DEFINICIÓN Y PLATAFORMAS DE LAS REDES SOCIALES 4. RENTABILIZAR LAS REDES SOCIALES EN BENEFICIO DE LA MARCA 4.1. LA ESTRATEGIA EN SOCIAL MEDIA 4.2. LA COMERCIALIZACIÓN SIN COSTE, EL MARKETING VIRAL