



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