

Objetivos

Comprender las nuevas tendencias en la comunicación a través de las herramientas 2.0. Introducir a los empresarios en el uso comercial que se puede hacer de la red social. Reciclar a los profesionales del marketing y de la comunicación con las últimas prácticas y técnicas de venta. Detectar nuevos nichos de mercado a través de los Social Media.

Desarrollar estrategias encuadradas dentro del nuevo concepto del Marketing 2.0

Contenidos

Marketing en internet

Introducción
Enfoque estratégico
Principios básicos y errores más comunes
Plan de marketing online

Web 2.0

Introducción
Internet como modelo económico
La web 2.0 como concepto
Cambio de paradigma
RSS
Herramientas de la web 2.0

Marketing 2.0

Introducción
Optimizar la integración
Viralidad
Social Media Marketing
Plan de Marketing 2.0

Social Media Plan

Introducción
Página web corporativa
Banner
Marketing en buscadores
Blog corporativo
Blogmarketing
Nanoblogging - Microblogging
Marketing en redes sociales
Widget Marketing
Podcasting

Dvinos

Introducción
La empresa
Briefing
Social media plan

