

Programa del Curso

“Comercio electrónico y Marketing Online: Amplía tus límites”

OBJETIVOS DEL CURSO

Se considerarán las posibilidades de internet a la hora de complementar y mejorar la estrategia de comercialización de las empresas, autónomos y emprendedores. Se plantea la formación como una oportunidad para disponer de un **canal de ventas adicional** al tradicional; lo que supone una oportunidad para ganar cuota de mercado, aumentar la notoriedad de la marca más allá de los límites de su mercado actual a un coste inferior frente a medios alternativos, fidelizar al cliente y reducir costes.

Se aportarán materiales con las **ideas claves, ejemplos y recursos** para que el alumno pueda continuar su formación en el área de manera autodidacta.

Cada sesión teórica (metodología utilizada: clase magistral) irá acompañada de 1 hora de sesión de dudas y preguntas individuales (sobre su negocio, las cuales se atenderán mediante una respuesta individualizada a dicho alumno, y otra de manera global para que sea válida para el resto de la clase).

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO EL CURSO?

Formación destinada a **empresas, autónomos y emprendedores** que deseen comercializar y diversificar sus canales de venta (tanto de productos como servicios) mediante el comercio electrónico.

Se aconseja tener una idea claramente relacionada con el comercio electrónico como modelo de negocio para desarrollar y convertir en proyecto.

Formación dirigida preferentemente a pymes y autónomos de **cualquier sector**, con sede en Extremadura, tanto en funcionamiento como en fase de puesta en marcha y que estén desarrollando **productos, servicios o experiencias** innovadoras.

CONTENIDO A IMPARTIR EN EL CURSO

1. El mercado del comercio electrónico y su potencial.

- 1.1 Características del mercado del comercio electrónico.
- 1.2. Diferencias con el mercado tradicional.
- 1.3. Público objetivo.
- 1.4. Limitaciones del mercado del comercio electrónico.

2. Nuevos modelos de negocio basados en Internet.

- 2.1. Algunos ejemplos de éxito.
- 2.2. Opciones más favorables para el establecimiento en internet.

3. La creación de Tiendas Online, elementos básicos a tener en cuenta.

- 3.1. Pasos necesarios para la creación de una tienda online.
- 3.2. Elementos de una tienda online.
- 3.3. Elementos esenciales en la página de productos de una tienda.

4. El marketing en el mercado del comercio electrónico.

- 4.1. Las variables tradicionales del marketing. Las 4 p's y su adaptación al mercado digital
- 4.2. People: la quinta p del marketing y su relación con las redes sociales.
- 4.3. La utilización del blog en la empresa
- 4.4. Posicionamiento en Buscadores ¿Qué es el SEO y SEM?
- 4.5. La importancia de las palabras claves

5. Analítica y medición de resultados

- 5.1. ¿Por qué es necesario medir los resultados?
- 5.2. Principales herramientas para la medición de resultados:
Usaremos Google Analytics
- 5.3. Explicación básica sobre su funcionamiento

6. Seguridad al consumidor

- 6.1. ¿Qué necesita mi Web para ser segura?
- 6.2. ¿Es suficiente con ser seguro? Formas para transmitir una imagen de seguridad.

7. Pagos.

- 7.1. Métodos de pagos más utilizados en España
- 7.2. Qué tener en cuenta a la hora de elegir los métodos de pago
- 7.3. Tipos de pago online

8. Material adicional

- Envío de documentación final a los alumnos mediante email
 - Documento resumen
 - Esquemas
- Con esta información se pretende que:
 - Mediante el **resumen** los alumnos posean la información principal que les ayudará a recordar todo lo expuesto en las clases.
 - Mediante los **esquemas** se vea de una forma clara los puntos generales tratados, y sobre los que se podría profundizar más y/o se puede encontrar información en otras fuentes como blogs de profesionales o libros.

Planificación y distribución del curso

- **1º Día:**
 - 4 horas: Modelos de Negocio + Tienda Online
 - 1 hora de dudas y sugerencias personalizadas

- **2º: Día:**
 - 4 horas: Marketing Online
 - Marketing tradicional
 - Nuevas tendencias
 - Redes Sociales
 - Blogs
 - Posicionamiento SEO
 - 1 hora de dudas y sugerencias personalizadas

- **3º: Día**
 - 4 horas: Marketing Online + Analítica + Pagos + Seguridad
 - Posicionamiento SEM
 - Analítica Web
 - Métodos de pago
 - Seguridad al consumidor
 - 1 hora de dudas y sugerencias personalizadas

- **Tutoría individualizada por email:**
 - Se responderá 1 email por persona a las dudas personales de cada alumno en un plazo de 1 semana tras la finalización del curso.

- **Material adicional en formato PDF**
 - Se enviará un documento resumen y esquemas de los contenidos impartidos durante el curso.

Ponentes

- **José Manuel García Gallego:** Perteneciente al Grupo Extremeño de Marketing y Dirección de Operaciones (www.merkado.unex.es), desarrolla su actividad profesional en el Departamento de Dirección de Empresas y Sociología, en la Facultad de Económicas de la Universidad de Extremadura.
- **Raúl Domingo Martín Romero:** Especialista en venta online de productos. En la actualidad es director de RevistasBlogs.com desde el 2007, dedicados a servicios online para otras empresas (mediante el diseño, posicionamiento, publicidad y social media) y gestión de los contenidos online de la red de 30 webs con más de 1,5 millones de páginas vistas al mes.

Duración del curso

- Horas lectivas: 12
- Horas de dudas y preguntas personalizadas: 3
- **Horas totales del curso: 15 horas**

Fechas

20, 27 y 29 de noviembre en Mérida

11, 13 y 18 de diciembre en Cáceres