



LA CONVERSIÓN EN REDES SOCIALES

LA CONVERSIÓN EN REDES SOCIALES

Duración: 60 horas

Precio: CONSULTAR euros

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un acceso a una plataforma de teleformación de última generación con un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licenciados/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadores/as sociales etc...

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

- Por el aula virtual, si su curso es on line
- Por e-mail
- Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.

Titulación:

Al finalizar el curso obtendrás un certificado de realización y aprovechamiento del curso según el siguiente modelo:



Requisitos previos:

No hay requisitos previos ni profesionales ni formativos

Salidas profesionales:

Esta formación está encaminada a obtener una mejor cualificación y competencia profesional.

Programa del curso:

Tema 1. Implementación de Ecommerce en redes sociales.

1. ¿Cómo crear una tienda online?.
2. Retargeting: el caso de publicidad dirigida a tiendas virtuales.
3. Brice février, director de desarrollo de coguan, remarca en un artículo sus cinco. razones a favor del uso del retargeting para tu tienda online.
4. Un ejemplo de marketing menos agresivo. Telepizza celebra el "día del pizzero".

Tema 2. Social Media+Ecommerce=Social Commerce.

1. ¿Qué es el Ecommerce?.
2. ¿Cuándo surge el Social Commerce?.
3. Desarrollar el E-Commerce en redes sociales.
4. Diferencias entre el Ecommerce y el Social Commerce.
5. El futuro del Social Commerce.
6. Mobile Commerce.
7. La televisión y el Social Commerce.
8. Legislación y seguridad en el Ecommerce y Social Commerce.
9. Crowdfunding y croudwsourcing.
10. Casos de Social Commerce con la participación activa del consumidor.

Tema 3. El consumidor 2.0. Adprosume.

1. Internet.
2. Adprosumer.
3. Evolución del concepto del consumidor y la teoría 5I.
4. Prosumidor (prosumer).
5. Lego mindstorms.
6. Proksumer, crossumer, fansumer y el nuevo cliente del futuro el persumer.
7. Ampliación del campo de batalla: nuevos consumidores.
8. Conclusiones.

Tema 4. Persuabilidad: convertir a los usuarios en clientes.

1. Introducción y persuabilidad.
2. Credibilidad y arquitectura de la persuasión.
3. Contenidos y funcionalidades claves para convertir.
4. Palabras que convencen y sensación de urgencia.
5. Acción y atención.
6. Principales claves para tener en cuenta en la persuabilidad.
7. Web Mining, Social Commerce y persuabilidad.
8. Hacia un nuevo concepto de web: la web inteligente.

Tema 5. Legalismo 2.0. Propiedad intelectual LOPD LSSICE.

1. Introducción y normativa.
2. Las marcas y su protección.
3. La propiedad intelectual.
4. Open source o código abierto.
5. Ley de servicios de la sociedad de la información.
6. Privacidad en las redes sociales.