

# Catàleg d'accions formatives

## 2018 Programes de Formació Sectorial

ÀMBIT SECTORIAL : Comerç

FAMÍLIA PROFESSIONAL : Comerç i màrqueting

ÀREA PROFESSIONAL : Màrqueting i Relacions públiques

**NOM DE L'ACCIÓ: Promoció i negoci a través de les xarxes socials**

**Grup AF:** COMM130 **Grup Ampliat:** 2018 **Hores:** 40 **Nivell:** Superior **Novetat 2018:** 2018

### Objectius:

Objectius generals:

-Identificar les principals eines de gestió de xarxes socials en les empreses.

Objectius específics:

- Identificar les principals xarxes socials en les empreses.
- Identificar els diferents tipus de relacions professionals que es poden desenvolupar a través d'internet.
- Reconèixer la importància de crear una marca personal que possibiliti i fomenti les relacions socials entre empreses.
- Identificar els diferents mecanismes de màrqueting que es poden utilitzar per potenciar les relacions comercials.
- Compendre les transformacions generades per les noves tecnologies en l'àmbit empresarial.
- Conèixer les eines web 2.0 que permeten realitzar una campanya de màrqueting on-line i adaptar-les al nostre model de negoci.

### Continguts:

1. Branding: Imatge de marca VS imatge personal
  - 1.1 La identitat visual corporativa:
  - 1.2 definició, característiques i tipologies
  - 1.3 Elements bàsics de la marca
2. El màrqueting digital
  - 2.1 El Pla de Màrqueting Digital
  - 2.2 Definició d'objectius. SMART Goals
  - 2.3 Fases: Acquisition, Engagement, Conversion i Fidelity
  - 2.4 Tècniques de Màrqueting Digital
    - 2.4.1. SEO i SEM
    - 2.4.2. Mail Màrqueting
    - 2.4.3. Analítica Web
    - 2.4.4. Xarxes Socials
3. Foment de les relacions empresarials a través de les xarxes socials
  - 3.1 Importància de la connexió amb els clients, usuaris a través de les xarxes en:
    - 3.1.1. La visualització de l'empresa
    - 3.1.2. La generació d'oportunitats de negoci
    - 3.1.3. El foment de la participació de l'empresari
    - 3.1.4. L'augment de la competitivitat empresarial
  - 3.2 Determinació de l'estratègia/es en les relacions empresarials a través de les xarxes socials:
    - 3.2.1. Servei de missatgeria instantània
    - 3.2.2. Telefonia per Internet
    - 3.2.3. Xarxes socials: digitals i professionals.
    - 3.2.4. Weblogs, blogs o bitàcoles.
    - 3.2.5. Xarxes socials per a empreses.

# Catàleg d'accions formatives

## 2018 Programes de Formació Sectorial

ÀMBIT SECTORIAL : Comerç

FAMÍLIA PROFESSIONAL : Comerç i màrqueting

ÀREA PROFESSIONAL : Màrqueting i Relacions públiques

### 3.2.5. Comunitats de marca

#### Observacions:

#### NOM DE L'ACCIÓ: **Prospecció comercial i planificació de vendes mitjançant mitjans interactius o digitals**

**Grup AF:** COMM126 **Grup Ampliat:** 2018 **Hores:** 30 **Nivell:** Superior **Novetat 2018:** 2018

#### Objectius:

Objectius generals:

- Millorar la prospecció de clients dins de l'entorn de comerç electrònic

Objectius específics:

- Conèixer i saber aplicar el màrqueting inbound i el màrqueting outbound  
- Saber planificar les vendes mitjançant mitjans interactius o digitals

#### Continguts:

1. Comerç electrònic
  - 1.1. Models de negoci online
  - 1.2. Màrqueting digital
  - 1.3. Tipus de canals digitals
2. Prospecció de clients en ambient digital
  - 2.1. Conceptes i principis generals
  - 2.2. Màrqueting entrant/ inbound vs màrqueting sortint/outbound
  - 2.3. Obtenció de informació online sobre potencials clients i hàbits de compra
  - 2.4. Obtenció de informació online
3. Preparació i planificació de venda mitjançant diversos mitjans
  - 3.1. Segmentació del mercat
  - 3.2. Anàlisi de la concurrència
  - 3.3. Definició d'objectius
  - 3.4. Estratègia de màrqueting digital
4. Recursos i eines de suport a la planificació de la venda mitjançant de mitjans interactius o digitals.
  - 4.1. Tipus d'eines i recursos
  - 4.2. Eines de monitorització i anàlisi

#### Observacions: