



TALLERES DOCENTES
EMPRENDER EN LA ESCUELA
CURSO 2019-2020
Dirigido a alumnado de Ciclos Formativos,
Bachillerato y ESO

Marketing digital con estrategia de redes sociales

Título:

Temática

- Habilidades y competencias emprendedoras
- Innovación, creatividad y oportunidades de negocio
- Estrategia, ventas y marketing
- Plan de negocio
- Creación de microempresas sostenibles
- Cuestiones prácticas en la creación de la microempresa
- Viabilidad Económica-financiera
- Estimación de costes y elaboración de presupuestos
- Comunicación eficaz de proyectos y presentaciones
- Redes sociales, web y venta *online*. Marketing digital.
- Motivación emprendedora y Cuenta experiencias emprendedoras

Objetivos:

- Establecer protocolos en los usos de redes sociales, web y venta *online*, para poderlas incluir como estrategia de comunicación en un proyecto de emprendimiento.
- Incorporar procesos de actuación en las redes sociales desde los principios del marketing digital y el valor de la conversación y el intercambio.
- Integrar una mirada global y moral al escenario adolescente de los social media.

Índice de Contenidos y descripción:

- A los 20 años del *Manifiesto Cluetrain*: los mercados como conversaciones.
- Conexión vs. conversación. Redes sociales, públicos y conductas.
- Protocolos de web social cara la venta *online* de productos y servicios.
- El camino como proceso: El paso de cebra de Abbey Road (50 aniversario The Beatles).
- Generación de confianza ante nuevos entornos digitales de emprendimiento.
- Conciliación de estrategias *online* y *offline* en marketing digital. Proyectos de éxito.
- Una Red para el Desarrollo Humano (PNUD): Henry Giroux, Byung-Chul Han, Sherry Turkle, Markus Gabriel, Ranga Yogeshwar, Martina Burdet.

Datos del consultor que lo imparte

CARLOS GURPEGUI VIDAL

carlosgurpegui@gmail.com