

DESCRIPCIÓN

OBJETIVOS

CONTENIDOS

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL USO DE INTERNET - I.- Internet ¿Qué es? - II.- Internet ¿Qué es? - Ventajas de Internet como medio de comunicación - Relaciona Conceptos 1 - Relaciona Conceptos 2 - Internet ¿Qué podemos hacer? - Relaciona Conceptos 3 - Autopráctica - Navegando por internet - World Wide Web - Http y HTML - Estructura de documento HTML - ¿Qué es un navegador web? - ¿Cuales son los navegadores principales? - Buscadores - Test Unidad 1

UNIDAD 2: ARQUITECTURA DE INTERNET. - Redes de ordenadores - Comunicación entre ordenadores - Comunicación entre ordenadores (II) - El caudal - Las direcciones IP - El protocolo TCP/IP - Relaciona Conceptos 1 - Los routers o encaminadores - El sistema de nombres de dominio (DNS) - Relaciona Conceptos 2 - Relaciona Conceptos 3 - Autopráctica - Las direcciones IP y el DNS - Test Unidad 2

UNIDAD 3: DISEÑO DEL SITIO WEB - ¿Qué es un Sitio Web? - ¿Qué es un Servidor Web? - Navegabilidad del sitio web - Tipos de Sitios Web - FTP y FileZilla - Programas para publicar Webs - Mi primer alojamiento web gratuito - El panel de control de mi sitio web - Acceder a 100webspaces - Conectarse a 100webspaces desde filezilla - Gestión de sitios web remotos con el FTP Filezilla - Simulación - Instalar filezilla - Autopráctica - Mi primera publicación - Autopráctica - Creación de subdominio - Usabilidad en nuestro sitio web - Test Unidad 3

UNIDAD 4: LA TIENDA VIRTUAL Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO - Qué es una tienda virtual - Montar un negocio virtual - Cómo organizar productos en una tienda virtual - Organización de nuestros catálogos de contenidos - Objetivos de una tienda virtual - Primeros pasos en comercio electrónico - Diseño del site de una tienda virtual - Estándares de Seguridad y Medios de Pago - Principios de Accesibilidad Web - Qué debemos medir en una Tienda Virtual - Opciones de Tecnología de una tienda virtual - Factores de éxito para vender en internet - Por qué tienen más éxito unos negocios que otros en Internet - Autopráctica - Compras en Internet - Autopráctica - Proyecto tienda virtual - Autopráctica - Diseño comercial de la web - Test Unidad 4

UNIDAD 5: MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET - Comercio electrónico B2B - Comercio electrónico B2C - Aspectos diferenciales de los negocios B2B vs B2C - Introducción al B2A - Actividad - Modelos de Negocio - Rodolfo Carpintier - Test Unidad 5

UNIDAD 6: LOGÍSTICA Y OPERACIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO - La Logística - Objetivos de la Logística - I - Objetivos de la Logística - II - Atención al Cliente - El ciclo de pedido online - Gestión del Almacén - Rotación de Inventario - E-Procurement - Autopráctica - Logística - Autopráctica - Optimizar Servicios de la Tienda Virtual - Test Unidad 7

UNIDAD 7: CONCEPTOS DE MARKETING - Fundamentos del marketing - Marketing mix - Posicionamiento - Autopráctica - Posicionamiento - Autopráctica - mejorar el posicionamiento de una empresa - Ciclo de vida del producto- Tipos de Precios - Política de precios - Autopráctica - Fijación de precios- Investigación de Mercado - Plan de Marketing - Diez Pasos para crear un Plan de Marketing Viable - Test Unidad 8

UNIDAD 8: MARKETING ON LINE, CRM Y TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN - Posibilidades del marketing online - Principales Herramientas para potenciar el Marketing On Line I - Principales Herramientas para potenciar el Marketing On Line - II - Principales Objetivos del Marketing On Line - Blended Marketing - El Plan de E-marketing - Determinación de precios en comercio electrónico - Cobranding y Publicidad en Internet - Marketing Relacional y CRM - Publicity - Técnicas de Fidelización Online - Webmining - Medición de Audiencias Online - Medición de Audiencias Online en España - Test Unidad 8

UNIDAD 9: PLAN DE COMUNICACIÓN ON LINE - Etapa 1: Identificar el Público Objetivo - Etapa 2: Identificar Palabras Clave - Etapa 3: Publicar contenidos - Etapa 4: Potenciar Vínculos - Etapa 5: Medir Resultados - Elaboración de planes óptimos - I.- La Gestión de la Reputación Online y e-branding - II.- La Gestión de la Reputación Online y e-branding - Autopráctica - Investigación de mercados - Autopráctica - Plan de Comunicación - Test Unidad 9

UNIDAD 10: HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE - Cómo hacer una campaña publicitaria On Line - Otras Modalidades de Promoción Online - Campañas de video marketing - E-mail Marketing - Personalización de la oferta y Permission marketing - Permission Marketing - Marketing Viral - Marketing de afiliación - Qué es Trade Marketing - Indicadores clave de desempeño (KPI) - Indicadores clave de desempeño (KPI) - II - Autopráctica - Procedimientos de Captación de Clientes - Test Unidad 10

UNIDAD 11: MARKETING DE BUSCADORES - Cómo funciona el marketing de buscadores - Diferencia entre posicionamiento natural y publicitar... - Búsqueda Orgánica o SEO - Cómo funciona el algoritmo de Google - Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google - Video 102: Relevancia del contenido - Video 103: Eligiendo palabras objetivo - Video 104: La importancia de los enlaces entrantes - Video 101: Normas de calidad de contenido de Google. ... - Video 105: Técnica para conseguir ser enlazado - Video 106: La importancia de las palabras de enlace - Video 108: Enlaces y textos de enlaces III - Video 109: Enlaces internos - Video 110: Presentación del contenido. La importancia... - Video 111: Densidad de página y densidad de keyword (... - Video 112: Utilización de etiquetas de clasificación ... - Video 113: Equilibrio código/contenido. Maquetación ... - Video 114: Uso de Frames - Video 115: Redirects - Video 116: Enlaces Javascript y Flash - Video 117: Cloacking o páginas exclusivas para buscad... - Video 118: Comandos útiles de Google - SEM y Google Adwords - Video 119: Posicionamiento publicitario y pago por cl... - Video 120: Compra de palabras clave y SEM - Video 121: Google Adwords - Video 122: Publicidad basada en resultados - Herramientas de Monitorización SERP - Video 125: Google Trends - Google Trends - Autopráctica Google Trends - Video 123: Informes de Google - Video 124: Google analytics - Google Analytics - Medir y Analizar Resultados - Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics - Autopráctica - KPIs - Autopráctica - KPIs II - Test Unidad 11

UNIDAD 12: SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION) - El Origen de los Medios Sociales - Tipos de Medios Sociales - Marketing en Medios Sociales - El Plan de Medios Sociales - Estrategias de Social Media - Campañas en Medios Sociales - Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales - El Crowdsourcing - Medición de Resultados de un Social Media Plan - Autopráctica: Desarrollo del Plan de Medios Social - Analítica Social y Estrategia - Analítica Social y Estrategia: Objetivos - I.- IOR: Impact of Relationship - II.- IOR: Impact of Relationship - Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media - Test Unidad 12

UNIDAD 13: REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING - I.- Tipos de Redes Sociales - II.- Tipos de Redes Sociales - ¿Por qué hacer marketing en Redes Sociales? - El Marketing Viral y las Redes Sociales - La publicidad en las Redes Sociales - Facebook - Tuenti - Twitter - Youtube - Falta - LinkedIn y Xing - MySpace y Las Redes Sociales Profesionales - Redes Sociales Profesionales en España - Falta - Flickr - Otras Redes Sociales Importantes - Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales (I) - Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales (II) - Geolocalización en las Redes Sociales - Autopráctica: Vincular un site con las redes sociales - Test Unidad 13

UNIDAD 14: LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING - Los Blogs como herramienta de marketing - Mis primeros pasos con el Blog - Los factores del éxito en los Blogs - Microblogging - Relaciona Conceptos 1- Relaciona Conceptos 2 - Yammer y las Wikis - Autopráctica: Blogs como herramienta de promoción

UNIDAD 15: Comunidades virtuales y el Community Manager - Las Comunidades Virtuales - Perfil y Habilidades del Community Manager - Funciones, Tareas y Responsabilidades del Community M... - Las 7 "C" del Community Management - Herramientas del Community Manager - Autopráctica: Análisis de la actividad de un CM - Test Unidad 15

UNIDAD 16: SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING - Sindicación de Contenidos - ¿Por qué y cómo usar RSS? - ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS? - Cómo reunir los Feeds RSS - PodCasting - Radar de Noticias Personales - Lifestreaming - Crear nuestro propio Feed RSS - Directorios RSS - Autopráctica: Podcast - Autopráctica: RSS - Video aa: paracopiar - Test Unidad 16

UNIDAD 17: MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND - Falta - Conexiones a internet a través de móvil - Marketing Móvil - Formas de conectarse a Internet a través del móvil - Otras aplicaciones de marketing móvil- Formatos estándares en Internet Móvil (I) - Formatos estándares en Internet Móvil (II) - 10 Consejos para una estrategia de Marketing Movil - Televisión Digital - Televisión por Internet - Autopráctica - Televisión digital y SMS - Test Unidad 17

UNIDAD 18: ASPECTOS LEGALES, INSTITUCIONALES Y DE SEGURIDAD - Requisitos que deben cumplir los sitios web - Limitaciones y restricciones por Leyes - Condiciones generales de contratación - Adaptación a la LOPD - Video 126: Aspectos de Seguridad - Video 127: Amenazas a la Seguridad - Tipos de Fraude - Protección contra el fraude - Mejoras deseadas en la Protección contra fraude - Autopráctica - Aspectos Legales de la Contratación - Test Unidad 18