

MARKETING DIGITAL

(Cod:0931)

CICLO FORMATIVO DE GRADO SUPERIOR

EN GESTION DE VENTAS Y ESPACIOS COMERCIALES

HOJA INFORMATIVA

CURSO: 2017/2018

I.E.S. LAS LLAMAS (Santander)

PROFESOR: FCO. JAVIER TERÁN DIEZ

Contenido

1. CONTENIDOS	3
2. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	7
3. OBJETIVOS EXPRESADOS EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE O CRITERIOS DE EVALUACIÓN.....	8
4. COMPETENCIAS	12

1. CONTENIDOS

1. Administración de los accesos y conexiones a redes:

Introducción. Qué es Internet y su origen.

Cómo funciona: servidores y clientes, el protocolo TCP/IP, la World Wide Web y los dominios de la red.

Modos de conectarse a Internet:

x Red telefónica: RTB, RDSI, ADSL.

x Otros tipos: cable, radio, satélite, GPRS y wireless.

Proveedores de servicios. Conexiones de móviles.

Configuración del acceso.

Las intranets y las extranets.

Qué es un navegador y cómo funciona: navegadores más utilizados.

Búsqueda de información en la red.

Los buscadores: motores de búsqueda e índices, buscadores temáticos, multibuscadores y metabuscadores.

Conceptos básicos de búsqueda con operadores, sintaxis especiales de búsqueda, la opción de búsqueda avanzada, inclusión en servicios adicionales y herramientas específicas.

2. Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet:

Correo electrónico: qué es y cómo funciona.

El correo web: crear una cuenta, realizar las funciones básicas de leer, responder y enviar.

Correo no deseado.

Correo POP3: qué es y cómo utilizarlo.

Gestionar las operaciones de envío, recepción y mantenimiento de correo POP3.

Otros gestores de correo POP3. Listas de correo.

Transferencia de archivos: qué es y cómo utilizarla.

Servidores FTP. Aplicaciones FTP.

Redes P2P (peer to peer): aplicaciones.

Descargas: musicales, de vídeos y software.

Freeware y shareware.

Normativa sobre descargas. Descargas legales, descargas ilegales.

Conexiones telefónicas de voz.

3. Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática:

Factura electrónica: aspectos generales, condiciones para su utilización y normativa legal.

Seguridad: firma electrónica reconocida.

Programas de facturación electrónica. Relación con otras empresas y organismos públicos: banca electrónica, trámites con la Seguridad Social y relaciones tributarias con Hacienda entre otros.

Programas de visualización e impresión de archivos PDF.

Programas destinados a la producción y entrega de contenidos interactivos.

Programas de creación de CD y DVD.

Programas reproductores, organizadores y sincronizadores de música, vídeos, películas, programas de televisión y audiolibros entre otras aplicaciones.

Programas de compresión de datos.

Otros programas usados en la red: prensa, diccionarios, traductores en línea, contratación de viajes, libros electrónicos, búsqueda de empleo, televisión, radio y juegos on-line, entre otros.

Seguridad en Internet: spam, virus informáticos, spyware, phishing.

Los programas antivirus, cortafuegos y antiespías. Navegación segura: las cookies (huellas).

4. Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red:

Los grupos de conversación o chat: programas IRC y programas webchat.

Servicio de mensajería instantánea.

Telefonía por Internet.

Videoconferencia.

Televigilancia.

Los foros: leer y escribir en un foro.

Los grupos de discusión.

Redes sociales.

Weblogs, blogs o bitácoras. Distintas modalidades de weblogs: fotoblogs, moblogs, podcast. Tecnología RSS.

Redes sociales para empresas:

x Perfil, grupo y página.

x Crear una página corporativa.

x Crear una página de producto.

x Crear un grupo.

Añadir elementos a una página de una red social.

Utilizar elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.

Añadir aplicaciones profesionales a una página.

Organizar eventos. Realizar encuestas.

Blog externos y RSS. Cómo buscar un grupo interesante.

Crear una red de contactos influyentes.

Gestionar equipos de trabajo.

Comprar y vender en redes sociales.

5. Construcción de páginas web:

Estructura de una página web.

Lenguaje HTML.

Creación de páginas web con los editores web más usuales.

Elección del servidor para alojar páginas web.

Publicación de páginas web vía FTP.

Alta en buscadores.

Programas de diseño gráfico y otras utilidades para la web.

Mantenimiento de la información publicada.

Catálogo on-line: verificación, procesado, efectividad, eficiencia y ambiente de compra.

Flujos de caja y financiación de la tienda online.

Zonas calientes y zonas de usuario.

El carrito de la compra on-line.

6. Diseño del plan de marketing digital:

Desarrollo del plan de marketing digital.

El comportamiento del cliente on-line.

Promoción online y offline de la web.

Posicionamiento en buscadores. Selección de las palabras clave.

Herramientas de posicionamiento en buscadores: e-mail marketing, SEM, SEO y campañas en páginas afines. Cómo alcanzar un buen posicionamiento natural SEO.

Cómo alcanzar un buen posicionamiento de pago SEM.

Políticas de captación: proceso de creación de una marca.

Análisis de estadísticas y medición de resultados.

Marketing de afiliación.

Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM).

Cross marketing.

Marketing viral.

Marketing one-to-one.

Aplicaciones del mobile marketing y TDT, entre otros.

Internet TV, videoblogs y web TV, entre otros.

Sistemas de publicidad poco aconsejables: el spam, publicidad no deseada.

Normativa antispam.

7. Definición de la política de comercio electrónico de una empresa:

Idea y diseño de una tienda virtual.

Modelos de negocio digital: portales horizontales, B2B y B2C, entre otros.

Selección y registro de dominio:

x Tipos de dominios.

x Dominios de primer nivel y subdominios

x Como registrar un dominio

Escaparate web. Catálogo electrónico. Aspectos jurídicos del comercio electrónico.

Control logístico de las mercancías vendidas on-line.

La reclamación como instrumento de fidelización del cliente.

La importancia financiera de la reclamación. La gestión de la satisfacción como garantía de la recuperación de clientes.

Medios de pago electrónicos.

Períodos de reflexión y cancelaciones.

Criptografía: clave simétrica, clave asimétrica y cifrado de clave única.

Firma.

Certificados digitales. Entidades certificadoras raíz.

El spyware (programas espías).

Encriptación.

Protocolos de seguridad: SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) y 3D Secure.

Negocios electrónicos: e-shop, e-mail, e-procurement, e-marketplace y e-auction, entre otros.

Parques empresariales virtuales.

2. PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

a) OBSERVACIÓN SISTEMÁTICA

b) ANÁLISIS DE LAS PRODUCCIONES DE LOS ALUMNOS

- * Resúmenes.

- * Cuaderno de clase.

- * Resolución de ejercicios y problemas.

- * Textos escritos.

c) INTERCAMBIOS ORALES CON LOS ALUMNOS

- * Diálogo.

- * Debates.

- * Puestas en común.

d) PRUEBAS ESPECÍFICAS

- * Objetivas.

- * Abiertas.

- * Interpretación de datos.

- * Exposición de un tema.

- * Resolución de ejercicios y problemas.

Para su realización se exigirá la asistencia continuada de los alumnos.

El proceso de evaluación es CONTÍNUO. Este proceso de evaluación de los módulos debe responder a la metodología didáctica específica de los mismos, no debiendo basarse nunca en la realización exclusiva de exámenes y ejercicios, en donde el alumno adopta una actitud pasiva de respuesta, ni tampoco evaluando exclusiva o fundamentalmente aspectos memorísticos del aprendizaje.

El proceso de evaluación del aprendizaje programado debe atender a los siguientes puntos:

* En el proceso de evaluación del aprendizaje de las unidades de trabajo, en que se dividen los módulos, se realiza un proceso de evaluación continua.

* Es conveniente que, a lo largo del curso, los alumnos lleven un dossier con sus apuntes y los trabajos, actividades y ejercicios que se vayan realizando.

* Dentro de este proceso de evaluación son importantes también la resolución de ejercicios y cuestionarios, y la realización de trabajos y actividades individuales (tanto escritos como orales), con el fin de conocer y evaluar el grado de comprensión con que se van adquiriendo individualmente los conocimientos, y poner de manifiesto las deficiencias o errores en la comprensión de los conceptos y procesos.

* Especial atención se prestará al trabajo práctico individual desarrollando un blog en el que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos.

* La evaluación continua, dentro de cada unidad de trabajo, se realiza en consecuencia, valorando la participación del alumno en la clase, los trabajos y actividades tanto individuales como en grupo y la resolución de ejercicios y cuestionarios que en cada caso se realicen.

3. OBJETIVOS EXPRESADOS EN RESULTADOS DE APRENDIZAJE Y ESTÁNDARES DE APRENDIZAJE O CRITERIOS DE EVALUACIÓN

RA 1. Administra los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los conceptos esenciales de funcionamiento y uso de la red.
- b) Se han evaluado los distintos sistemas de conexión a la red.
- c) Se han identificado los diferentes proveedores de red.
- d) Se ha configurado el acceso al sistema informático en la red.

- e) Se han comprobado las características propias de las intranets y las extranet.
- f) Se han utilizado los principales programas navegadores para moverse por la red.
- g) Se han realizado búsquedas selectivas de información mediante aplicaciones específicas.
- h) Se han utilizado buscadores especializados por temas y otras aplicaciones de búsqueda avanzada.

RA.2. Gestiona diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los elementos que configuran el correo electrónico.
- b) Se ha utilizado el correo electrónico directamente desde la web.
- c) Se han utilizado programas de cliente de correo electrónico para gestionar el envío y la recepción de mensajes.
- d) Se ha identificado el protocolo de red para la transferencia de archivos (FTP) desde un equipo cliente a un servidor.
- e) Se han compartido archivos a través de una red de ordenadores entre iguales (peer-to-peer P2P).
- f) Se ha descargado software gratuito con y sin limitaciones de tiempo de uso.
- g) Se ha analizado la normativa sobre descargas.
- h) Se han realizado descargas de vídeos, música y videojuegos, entre otros.

RA.3. Realiza la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.

Criterios de evaluación:

- a) Se han identificado los formatos electrónicos de factura de mayor o menor complejidad (EDIFACT, XML, PDF, html, doc, xls, gif, jpeg o txt, entre otros).
- b) Se ha establecido la transmisión telemática entre ordenadores.
- c) Se ha garantizado la integridad y autenticidad de las transmisiones telemáticas a través de una firma electrónica reconocida.

- d) Se han utilizado aplicaciones específicas de emisión de facturas electrónicas.
- e) Se han utilizado herramientas comunes en Internet relativas a la relación de nuestra empresa con organismos públicos y otras entidades.
- f) Se han probado diversas herramientas de tipo generalista que se utilizan en la red.
- g) Se han identificado los programas perjudiciales para la seguridad e integridad de los datos almacenados en nuestros equipos informáticos.
- h) Se han aplicado las barreras de seguridad necesarias para salvaguardar la información de nuestra empresa.

RA 4. Determina la estrategia que se ha de seguir en las interrelaciones con otros usuarios de la red, utilizando programas específicos, foros de comunicación y redes sociales de ámbito empresarial.

Criterios de evaluación:

- a) Se han utilizado programas web para mantener cibercharlas de texto.
- b) Se han utilizado programas de mensajería instantánea.
- c) Se han aplicado sistemas de comunicación oral que utilizan solo sonido o sonido e imagen.
- d) Se han establecido contactos con otros usuarios de la red a través de foros de debate y opinión.
- e) Se han establecido contactos sobre temas concretos a través de blogs temáticos de contenido profesional.
- f) Se han efectuado comunicaciones, publicidad y ventas con otros usuarios de la red a través de redes sociales.
- g) Se han generado contenidos audiovisuales y fotográficos de la actividad, productos y procesos comerciales.

RA 5. Construye páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.

Criterios de evaluación:

- a) Se han redactado las sentencias más utilizadas en lenguaje de etiquetas de hipertexto (HTML).
- b) Se han utilizado programas comerciales que permiten crear de forma sencilla los ficheros que componen las páginas web.
- c) Se ha registrado la dirección de páginas web con dominio propio o con alojamiento gratuito.
- d) Se han enviado al servidor de Internet ficheros web creados mediante programas especializados en esta tarea.
- e) Se han utilizado programas específicos de inclusión de textos, imágenes y sonido.
- f) Se ha construido una web eficiente para el comercio electrónico.
- g) Se han incluido en la web enlaces de interés capaces de generar tráfico orientado e interesado en lo que se ofrece.

RA 6. Diseña el plan de marketing digital en el mercado on-line, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.

Criterios de evaluación:

- a) Se ha preparado un plan de marketing digital que permita alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.
- b) Se han definido los procesos de posicionamiento y marketing online.
- c) Se han establecido las pautas que hay que seguir para realizar la publicidad y promoción on-line.
- d) Se han identificado los elementos que configuran el marketing de buscadores.
- e) Se han evaluado los retos del marketing electrónico: la confianza en los medios de pago, los problemas logísticos y la seguridad.
- f) Se han realizado las tareas necesarias para gestionar y fidelizar a los clientes a través de la red.
- g) Se han identificado las nuevas tendencias de comunicación y relación con el cliente en el marketing digital.
- h) Se ha analizado la normativa sobre publicidad.
- i) Se han realizado acciones de marketing efectuadas a través de dispositivos móviles.

RA.7. Define la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line

Criterios de evaluación:

- a) Se han establecido los parámetros necesarios para crear o adaptar un negocio on-line.
- b) Se han definido acciones de captación enfocadas al comercio electrónico.
- c) Se han reconocido los modelos de negocio existentes en la red.
- d) Se ha diseñado una tienda virtual.
- e) Se ha planificado la gestión de los pedidos recibidos y todo el proceso logístico.
- f) Se han identificado los aspectos jurídicos y de protección de datos en el comercio electrónico.
- g) Se han establecido los medios de pago que se van a utilizar.
- h) Se han seleccionado los sistemas de seguridad que garanticen la privacidad e invulnerabilidad de las operaciones.
- i) Se han identificado los diferentes tipos de negocios electrónicos existentes.

4. COMPETENCIAS

Las competencias adquiridas son las propias de haber conseguido alcanzar los estándares de aprendizaje (Ver punto 3 de la hoja informativa), o criterios de evaluación