

FICHA TECNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA

E-MARKETING: MARKETING EN INTERNET

- **Modalidad:** DISTANCIA
- **Duración:** 84 horas.
- **Créditos bonificados:** 420 €
- **Material:**
 - Manual + CD
 - Material Fungible.
 - Tutorías especializadas.

- **Objetivos:**

El objetivo de este curso es adquirir conocimientos específicos sobre Marketing Electrónico., conociendo todas las técnicas empleadas en el mismo. Realizar investigaciones de mercado a través de Internet. Descubrir las áreas de actividad del E-Marketing. Conocer en profundidad las variables del Marketing Mix en Internet. Diferenciar los formatos publicitarios. Conocer las características y usos del Marketing Directo e Interactivo. Conocer la historia y la evaluación del comercio electrónico. Manejar datos actualizados sobre la implantación del comercio electrónico en España. Saber diferenciar las diferentes modalidades de comercio electrónico. Conocer en profundidad el mercado de la venta por Internet. Identificar las diferentes técnicas de comunicación. Desarrollar en profundidad el concepto de publicidad. Descubrir el papel de la publicidad en la empresa. Identificar cómo seleccionar una agencia de publicidad. Desarrollar la investigación publicitaria.

- **Contenidos:**

TEMA 1. Técnicas de Marketing Electrónico

Antecedentes de Marketing Electrónico
El Marketing en Internet
Investigación de Mercados con Internet
E-Mail Marketing
E-Business
Marketing de Permiso
Marketing Viral
Alternativas Estratégicas para las PYMES
Contratación de Campañas de E-Marketing
Lo que hemos aprendido
Test

TEMA 2. Marketing Mix en Internet

Variables de Marketing Mix en Internet
Decisiones de Producto en Internet
Decisiones de Precio en Internet
Decisiones de Comunicación en Internet
Marketing Directo
Marketing de Distribución en Internet
Lo que hemos aprendido
Test

FICHA TECNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA

TEMA 3. Comercio Electrónico

Inicio de la Actividad Comercial en Internet
El Conocimiento como Mercancía
Actividades del Comercio Electrónico
Participantes en las Transacciones Comerciales Electrónicas
Consumidor y Producto: Aspectos Relevantes
Formas de Comercio Electrónico en la Red
Instrumentos de Internet Aplicables al Comercio Electrónico
Requerimientos de Seguridad en Internet
Ventajas y Desventajas del Comercio Electrónico
Lo que hemos aprendido
Test

TEMA 4. Publicidad “On-Line”

Estrategia de Comunicación de la Empresa
Aspectos Relevantes de la Publicidad
Campaña Publicitaria
Modelos de Actuación Publicitaria
Mensaje Publicitario
Publicidad en Internet
Agencias de Publicidad I
Agencias de Publicidad II
Investigación Publicitaria
Lo que hemos aprendido
Test