

## **FICHA TECNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA**

---

### **MARKETING EN INTERNET.**

- **Modalidad:** Distancia.

La **Formación en modalidad a Distancia** se basa en un aprendizaje casi autodidáctico, con este término queremos señalar que el método de aprendizaje no es el tradicional, esto es, aquél en el que el profesor explica una lección con la eventual ayuda de instrumentos visuales y el alumno se limita a tomar nota y preguntar sobre aquello que no comprendió suficientemente.

Por el contrario, en la presente Acción Formativa, la relación con el resto de los participantes no existirá, y la que se establezca con el tutor es más lejana y la mayoría de las veces a través del escrito. Ello implica que la mayor parte de esfuerzo de aprendizaje recaerá sobre el alumno, del que se requieren altas dosis de motivación, ilusión, intereses y esfuerzo personal compensados por la liberación de horarios rígidos de clases y tutorías, propios del sistema tradicional de enseñanza.

Este método de enseñanza requiere también de una configuración especial del material que se le entrega, que se distingue radicalmente de un libro de texto de estudio normal, no sólo por su estructura en la que distinguimos divisiones no habituales en los libros de texto: módulo, unidades didácticas y capítulos, sino también por el lenguaje sencillo, asequible y exento de tecnicismos que se pretende utilizar.

Nadie pone hoy en duda la eficacia de la formación a distancia, sobre todo por sus ventajas de flexibilidad, ya que cada estudiante puede adaptar su ritmo de estudio a sus disponibilidades de tiempo. Requiere, sin embargo, de constancia, de esfuerzo personal, de la motivación del alumno y de su ilusión, que han de ser más fuertes en la enseñanza tradicional en las aulas.

- **Duración:** 84 horas.
- **Precio:** 420 €
- **Material:**
  - Manual.
  - Material Fungible.
  - Tutorías especializadas.

## **FICHA TECNICA DE LA ACCIÓN FORMATIVA**

---

- **Objetivos:**

Adquirir y adaptar las habilidades del marketing al entorno on-line.  
Diseñar e implantar estrategias de comercialización efectivas en el entorno interactivo.  
Crearse una imagen favorable hacia sus productos o servicios.  
Conseguir una presencia en Internet que les suponga un incremento en su rentabilidad y por consiguiente una mejora en sus beneficios.

- **Contenidos:**

Principios de marketing

Entorno del Marketing. Enfoque estratégico. Planificación. Factores que influyen en el comportamiento de compra. Herramientas de marketing. Segmentación de mercados.

Internet y marketing

El marketing en la empresa. Herramientas de marketing en Internet. Internet y su impacto. Benchmarking. Problemática.

Webs empresariales

Tipos de Web. Tecnologías disponibles para el desarrollo de una Web. Estrategia de desarrollo de páginas webs. Eficacia y rentabilidad de la página web. La publicidad en Internet.

Comercio electrónico

Conceptos básicos. Tipos de comercio electrónico. Ventajas y desventajas del comercio electrónico en Internet. Una preocupación constante: La seguridad del comercio electrónico. Las fórmulas de pago. Los peligros de Internet (Los hackers).

Legislación y seguridad en Internet y el comercio electrónico

Protección y seguridad en Internet. Aspectos generales de la Contratación Informática. La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de Información y de Comercio Electrónico. El Código Penal de 1995 e Internet.