

MÒDUL PROFESSIONAL 7: MÀRQUETING DIGITAL

CURS: SEGON

DURADA: 132 hores

UNITATS FORMATIVES:

UF 1: Eines de màrqueting digital

Durada: 99 hores

Continguts:

1.Organització i gestió de l'estratègia de màrqueting digital:

1.1 Eines digitals per al màrqueting. Funcionalitats.

1.2 Mitjans socials digitals. La comunicació digital. Tipus.

1.3 Xarxes socials digitals. Xarxes socials professionals. La connexió amb els usuaris. Classificació de xarxes segons finalitat: compartir, ubicar, publicar, entre d'altres.Les xarxes com a eines de monitorització.

1.4 Estratègia de màrqueting digital. Definició d'objectius. Objectius: específics, mesurables, possibles, realistes.

1.5 Fases: donar a conèixer producte, client potencial, acció de compra, fidelització del client, entre d'altres. L'embut de conversions.

1.6 Eines d'anàlisi d'informació: Informes: a mida, predefinits, normalitzats, a temps real. Segmentació. Panells. Anàlisis estadístics, predictius, d'optimització. Intel·ligència empresarial (*business intelligence* BI). Analítica de continguts, analítica de xarxes socials, analítica de mòbils.

1.7 Accions combinades: *showrooming*, cerca en línia i compra fora de línia (Research on line, purchase off line ROPO).

2. Administració dels accessos i connexions a xarxes:

2.1 Introducció. Què és Internet i el seu origen.

2.2 Com funciona: servidors i clients, el protocol TCP/IP, la World Wide Web, els dominis de la xarxa.

2.3 Maneres de connectar-se a Internet. Xarxa telefònica. RTB, RDSI, ADSL, cable, ràdio, satèl·lit, GPRS, vireless entre d'altres.

2.4 Proveïdors de serveis. Connexions mòbils. Configuració de l'accés.

2.5 Les intranets i les extranets.

2.6 Què és un navegador i com funciona: navegadors més utilitzats

2.7 Recerca d'informació a la xarxa.

2.8 Els cercadors: motors de cerca i índexs, cercadors temàtics, multicercadors i metacercadors.

2.9 Conceptes bàsics de recerca amb operadors, sintaxis especials de recerca, l'opció de recerca avançada, inclusió en serveis addicionals i eines específiques

3. Gestió de diversos serveis i protocols d'Internet:

3.1 Correu electrònic: què és i com funciona.

3.2 El correu web: crear un compte, realitzar les funcions bàsiques de llegir, respondre i enviar.

3.3 Protocols d'estil en el correu electrònic. Respostes automàtiques de correu electrònic.

3.4 Correu no desitjat.

3.5 Correu POP3: què és i com utilitzar-lo.

3.6 Gestionar les operacions de tramesa, recepció i manteniment de correu POP3: utilització d'etiquetes i filtres.

3.7 Transferència d'arxius: què és i com utilitzar-la.

3.8 Servidors FTP. Aplicacions FTP.

3.9 Xarxes P2P (*peer to peer*): aplicacions.

3.10 Descàrregues: musicals, de vídeos i programari.

3.11 *Freeware i shareware.*

3.12 Connexions telefòniques de veu.

3.13 Agenda online i gestor de tasques online.

3.14 Emmagatzematge online d'informació.

4. Determinació de l'estratègia que s'ha de seguir en les interrelacions amb altres usuaris de la xarxa:

4.1 Els grups de conversa o xat: programes IRC i programes webchat.

4.2 Servei de missatgeria instantània.

4.3 Telefonía per Internet. Videoconferència.

4.4 Els fòrums: llegir i escriure en un fòrum. Els grups de discussió.

4.5 Xarxes socials.

4.6 Weblogs, blogs o bitàcoles.

4.7 Xarxes socials per a empreses. (*social media*)

4.8 El rol del community manager.

4.9 Afegir elements a una pàgina d'una xarxa social.

4.10 Utilitzar elements fotogràfics i audiovisuals en una pàgina d'una xarxa social.

4.11 Afegir aplicacions professionals a una pàgina.

4.12 Blog externs i RSS.

4.13 Com buscar un grup d'una comunitat virtual o xarxa social interessant.

4.14 Crear una xarxa de contactes influents.

4.15 Comprar i vendre a les xarxes socials.

4.16 El protocol de la comunicació escrita per correu electrònic.

5. Definició de la política de comerç electrònic d'una empresa:

5.1 Idea i disseny d'una botiga virtual:

5.2 Models de negoci digital: portals horitzontals, B2B (empresa a empresa) i B2C (empresa a consumidor), entre d'altres.

5.3 Selecció i registre del domini.

5.4 Aparador web. Catàleg electrònic. Aspectes jurídics del comerç electrònic.

5.5 Promocions.

5.6 La importància del preu a la botiga virtual.

5.7 Control logístic de les mercaderies venudes en línia.

5.8 La reclamació com a instrument de fidelització del client.

5.9 La importància financera de la reclamació. La gestió de la satisfacció com a garantia de la recuperació de clients.

5.10 Mitjans de pagament electrònics.

5.11 Períodes de reflexió i cancel·lacions.

5.11 Criptografia: clau simètrica, clau asimètrica i xifrat de clau única. Firma.

5.12 Certificats digitals. Entitats certificadores arrel. Programes espia.

5.13 Encriptació.

5.14 Negocis electrònics: i-shop, e-mail, i-procurement, i-marketplace i i-auction, entre d'altres.

5.15 Anàlisi de clients i seguiment.

6. Construcció de pàgines web:

6.1 Estructura d'una pàgina web. Objectiu. Atributs. Centrada en usuari. Anàlisi web. Indicadors clau de rendiment. Retorn de la inversió (ROI return on investment).

6.2 Criteris d'usabilitat, accessibilitat i experiència de l'usuari.

6.3 Elements bàsics del Llenguatge HTML.

6.4 Creació de pàgines web amb els editors web més usuals.

6.5 Elecció del servidor per allotjar pàgines web.

6.6 Publicació de pàgines web via FTP.

6.7 Alta en cercadors.

6.8 Programes de disseny gràfic i altres utilitats per a la web.

6.9 Catàleg online.

6.10 Zones calentes.

6.11 Zones d'usuari.

6.12 El carretó de la compra online.

6.13 Les aplicacions de telefonia mòbil.

6.14 Codis QR.

6.15 Realitat augmentada.

6.16 Gestió de continguts web.

7. Realització de la facturació electrònica i altres tasques administratives de forma telemàtica:

7.1 Transmissió electrònica de dades (EDI).

7.2 Factura electrònica: aspectes generals, condicions per a la seva utilització i normativa legal.

7.3 Seguretat: firma electrònica reconeguda.

7.4 Programes de facturació electrònics.

7.5 Relació amb altres empreses i organismes públics: banca electrònica, tràmits amb la Seguretat Social i relacions tributàries amb Hisenda entre d'altres.

7.6 Programes de visualització i impressió d'arxius PDF.

7.7 Programes reproductors, organitzadors i sincronitzadors de música, vídeos, pel·lícules, programes de televisió i audiollibres, entre altres aplicacions.

7.8 Seguretat en Internet: *spam*, virus informàtics, *spyware* i *phising*.

7.9 Els programes antivirus, tallafocs i antiespies.

Resultats d'aprenentatge:

1. Organitza i gestiona l'estratègia de màrqueting digital segons els objectius fixats per l'empresa/organització, utilitzant diferents eines digitals.
2. Administra els accessos i connexions a xarxes públiques, semipúbliques i privades, utilitzant navegadors i cercadors d'informació especialitzats en la xarxa pública Internet.
3. Gestiona diversos serveis i protocols d'Internet, manejant programes de correu electrònic i de transferència d'arxius, entre d'altres.
4. Determina l'estratègia que s'ha de seguir en les interrelacions amb altres usuaris de la xarxa, utilitzant programes específics, fòrums de comunicació i xarxes socials d'àmbit empresarial.
5. Construeix pàgines web atractives per als usuaris d'Internet, utilitzant criteris de posicionament, fàcil maneig i persuasió.
6. Defineix la política de comerç electrònic de l'empresa, establint les accions necessàries per efectuar vendes en línia.
7. Realitza la facturació electrònica i altres tasques administratives de forma telemàtica, utilitzant en cada cas programari específic.

UF 2: Pla de màrqueting digital

Durada: 33 hores

Continguts:

1. Disseny del pla de màrqueting digital:

1.1 Desenvolupament del pla de màrqueting digital.

1.2 El comportament del client en línia.

1.3 Promoció en línia i fora de línia de la web.

1.4 Posicionament en cercadors. Selecció de paraules clau.

1.4 Eines de posicionament en cercadors: e-mail màrqueting, SEM, SEO i campanyes en pàgines afins.

Sistemes d'assolir un bon posicionament natural SEO. Sistemes per assolir un bon posicionament de pagament SEM.

1.5 Polítiques de captació: procés de creació d'una marca.

1.6 Anàlisi d'estadístiques i mesurament de resultats

1.7 Màrqueting d'afiliació.

1.8 Màrqueting relacional i gestió de la relació amb els clients (CRM).

1.9 La reputació online.

1.10 *Cross* màrqueting.

1.11 Màrqueting viral.

1.12 Màrqueting *one-to-one*: E-mail màrqueting.

1.13 Aplicacions del mobile màrqueting, i TDT entre d'altres:

1.14 Codis QR

1.15 Aplicacions de geolocalització

1.16 Ús comercial de la realitat augmentada.

1.17 Sistemes de publicitat poc aconsellables; *spam* i publicitat no desitjada. Normativa contra el *spam*.

Resultats d'aprenentatge:

1. Dissenya el pla de màrqueting digital al mercat en línia, definint solucions estratègiques mitjançant la implementació d'accions específiques de desenvolupament de la marca comercial.