

Marketing Digital

Duración del módulo

192

horas

9

meses

11

ECTS

Distribución temporal y espacial

6 horas/semana

2 horas/día

Aula específica

Aprenderás a:

- Administrar los accesos y conexiones a redes públicas, semipúblicas y privadas, utilizando navegadores y buscadores de información especializados en la red pública Internet.
- Gestionar diversos servicios y protocolos de Internet, manejando programas de correo electrónico y de transferencia de archivos, entre otros.
- Realizar la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática, utilizando en cada caso software específico.
- Determinar 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.
- Construir páginas web atractivas para los usuarios de Internet, utilizando criterios de posicionamiento, fácil manejo y persuasión.
- Diseñar el plan de marketing digital en el mercado online, definiendo soluciones estratégicas mediante la implementación de acciones específicas de desarrollo de la marca comercial.
- Definir la política de comercio electrónico de la empresa, estableciendo las acciones necesarias para efectuar ventas on-line.

Esquema de contenidos:

1. Administración de los accesos y conexiones a redes.
2. Gestión de diversos servicios y protocolos de Internet.
3. Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática.
4. Determinación de la estrategia que se ha de seguir en las

Metodología:

- Exposición de conceptos.
- Demostración práctica a modo de ejemplo por parte del profesorado.
- Resolución de supuestos prácticos por parte del alumnado utilizando la documentación técnica existente y cumpliendo las especificaciones establecidas en el supuesto.
- Elaboración de la documentación completa relativa a las actividades

interrelaciones con otros usuarios de la red.

desarrolladas.

5. Construcción de páginas web.
6. Diseño del plan de marketing digital.
7. Definición de la política de comercio electrónico de una empresa.



Evaluación y calificación:

- Se hacen una o varias pruebas específicas cada trimestre.
- Se valora la participación en clase.
- Se valoran las actividades de aprendizaje realizadas en el aula.
- Se valoran los proyectos.

La calificación global es una ponderación de la puntuación obtenida en los apartados anteriores.