

EXPERTO PUBLICISTA: FLASH MX 2004, PUBLICIDAD Y E-COMMERCE

PRESENTACION

Este curso esta diseñado y dirigido a todos aquellas personas que interesadas en las perspectivas de negocio que genera la RED , unido al cuidado de la imagen y diseño que supone las diferentes presentaciones en internet.

Una vez finalizado el curso el alumno conocerá a fondo aspectos tan determinantes como la creación y desarrollo de paginas web, banners, pop ups, etc., en flash, aplicando los diseños más dinámicos en innovadores que hoy en día se pueden hacer. De igual modo podrá aplicarla estrategias de publicidad básicas tanto en el mercado tradicional como en RED. Por último no hemos querido olvidar el enseñar al las diferentes técnicas de comercio electrónico que se están aplicando hoy en día en Internet, como camino para: crear o ampliar negocio.

MATERIAL

El curso está dividido en tres partes: diseño web en flash, publicidad y e.commerce

Los alumnos reciben 2 completos en publicidad y e.commerce. Manuales desarrollados y plenamente actualizados por expertos en cada una de las materias tratadas. De igual modo se le facilitarán las claves de acceso a una potente y desarrollada plataforma de e.learning.

Por otro lado, para la parte de diseño web en flash, por la peculiaridad de la materia, se le facilitará claves de acceso a la escuela virtual donde podrá acceder a: foros, chats, tutorías on line, consultar toda la documentación on line, enlaces...

Para la realización de esta parte, el alumno deberá disponer de las herramientas (software) específico

TITULO Y DURACIÓN

Una vez finalizado el curso el alumno obtendrá el tituo académico respaldado por: FORMASELECT ESCUELA DE NEGOCIOS Y AULA DIRECTIVA, con una duración de 270 horas.

Este curso está desarrollado e impartido por profesionales especializados en cada una de las áreas de formación.

OBJETIVOS

Los objetivos del curso los podemos dividir en tres:

1. Capacitar al alumno en el diseño, animación y la creación de verdaderas aplicaciones multimedia bajo el entorno de Flash MX 2004.
2. Enseñarle las técnicas básicas que todo publicista debe conocer.
3. Aprender las herramientas básicas de comercio electrónico que actualmente se están imponiendo en Internet, como pueden ser: medios pago, sistemas de seguridad en transacciones...

TEMARIO

PARTE I: FLASH MX DISEÑO Y ANIMACIÓN

INTRODUCCIÓN A FLASH MX 2004

Flash MX 2004
Novedades de la versión MX 2004
Sistemas de ayuda y soporte al aprendizaje

CREACIÓN Y MODIFICACIÓN DE CONTENIDO GRÁFICO

Barra de Herramientas
Dibujo de Trazos
Pintura y Relleno
Creación de Formas
Superposición de Objetos
Selección y Modificación de Objetos
Otras opciones de Modificación
Ajuste y Precisión

TIPOS DE RELLENO

Degradado Lineal
Degradado Radial
Mapa de Bits
Herramienta Transformación de Relleno

TRABAJO CON TEXTO

Propiedades Básicas
Propiedades Avanzadas
La opción Separar

USO DE CAPAS

Insertar Capas
Tipos de Capas
Carpetas
Capas Guía
Máscaras
Escenas

SÍMBOLOS E INSTANCIAS

Tipos de Símbolos
El panel Biblioteca
Creación de Instancias
Anidamiento de Símbolos
Propiedades y Efectos de Instancia

TÉCNICAS DE ANIMACIÓN

Introducción
La Línea de Tiempo
Edición de Fotogramas
Animación Fotograma a Fotograma
Interpolaciones
Interpolaciones de Forma
Interpolaciones de Movimiento
Animaciones con Guía de Movimiento
Interpolaciones con Máscaras
Interpolación de Efectos de Instancia
Combinación de Animaciones

CONTENIDO MULTIMEDIA

Sonido en Flash

Video en Flash

INTRODUCCIÓN AL LENGUAJE ACTIONSCRIPT

El panel Acciones

Rutas de Destino

Control de la Línea de Tiempo

Control de la Línea de Tiempo de un Movie Clip

Controladores de Eventos

Eventos de Ratón

OPCIONES DE PUBLICACIÓN

Formatos de Publicación

Parámetros de la Película Flash

Parámetros del Documento HTML

PARTE II: TECNICAS DE PUBLICIDAD

INTRODUCCIÓN A LA PUBLICIDAD

Introducción

El fenómeno publicitario

¿Funciona la Publicidad ?

LA EMPRESA COMO ANUNCIANTE

¿Quién es el anunciante?

La intención del anunciante

Fundamentos estratégicos de la Publicidad

MEDIOS PUBLICITARIOS

Medios publicitarios convencionales

Medios publicitarios no convencionales

EMPRESAS DE SERVICIOS AUXILIARES

Definición

Tipos de empresas auxiliares

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LOS MEDIOS

Introducción

Proceso de Planificación

COMUNICACIÓN CREATIVA PUBLICITARIA

Introducción

Proceso creativo

Cómo convencer a nuestro público I

Cómo convencer a nuestro público II

EL CONSUMIDOR / PERCEPTOR

Introducción

La fuerza del consumidor

La actitud del consumidor ante la Publicidad

¿Cómo captar la atención del público?

LA AGENCIA DE PUBLICIDAD

Un poco de historia

¿Qué es una Agencia Publicitaria?

Estructura de la Agencia Publicitaria

c/ Gran Vía, 46 – Plaza del Callao, 4, 6ª planta 28013

c/ Sagasta, nº 20, 1ª Planta, 28004

Madrid - España

+34 91 593 15 45

informacion@formaselect.com

www.formaselect.com

¿Cómo cobran las Agencias Publicitarias?

Aspectos a tener en cuenta en la contratación de una Agencia Publicitaria

Escoger la agencia adecuada

Funciones de la Agencia de Publicidad

Tipos de Agencias Publicitarias

Dimensión Jurídica

CENTRALES DE MEDIOS

Concepto

Clases de Centrales de Medios

Ventajas y Desventajas

COMERCIO ELECTRONICO

Tecnologías de la Información y la Comunicación

Definición de Comercio Electrónico

Comercio Electrónico: Elementos Fundamentales

Nuevas Oportunidades

Nuevos Retos y Posibles Dificultades

Modalidades de Comercio Electrónico.

Otros Recursos en Internet

EL ESCENARIO TECNOLÓGICO

Evolución y Servicios en Internet

Redes

Protocolos de Comunicación en Internet

Dominios

Formas de Acceso a Internet

Intranets

Extranets

Sitios Web: Estructura y Características

XML

COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EMPRESAS (B2B)

Definiendo el B2B.

EDI como sistema de intercambio electrónico entre empresas

Utilidad del B2B para las compañías

e-Purchasing

Tipos de Modelos de negocio en el B2B

Marketplaces

Ejemplos e iniciativas B2B en España

El B2B para las Pymes

Aspectos técnicos del B2B

Mercado del B2B

COMERCIO ELECTRÓNICO DE EMPRESA A CONSUMIDOR (B2C)

Introducción

Necesidades y Beneficios del B2C

Soluciones para el Comercio Electrónico B2C

Tienda Virtual

Centro Comercial o Mall Virtual

Infomediarios

Mercado del B2C

MECANISMOS DE PAGO Y ASPECTOS DE SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Cuestiones Generales sobre el Pago por Internet

Sistemas de pago en Internet

c/ Gran Vía, 46 – Plaza del Callao, 4, 6ª planta 28013

c/ Sagasta, nº 20, 1ª Planta, 28004

Madrid - España

+34 91 593 15 45

informacion@formaselect.com

www.formaselect.com

Pagos a través del teléfono móvil
Los sistemas de pago en el Comercio Electrónico B2B
Condiciones necesarias para la seguridad en el comercio electrónico
Cómo funcionan los métodos de cifrado
Mecanismos de certificación y firma digital
Protocolos de seguridad en las transacciones: SSL y SET

MARKETING EN INTERNET

Principales rasgos del marketing en Internet
Elementos de marketing en un sitio web
Características de la Publicidad en Internet
Mecanismos de promoción de un sitio web
Medición de la efectividad de la publicidad on line
La gestión de la relación con el cliente: CRM
¿Por qué necesitamos tener una estrategia de CRM en la empresa?
CRM, tecnología e Internet
Algunas conclusiones acerca de CRM

IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

El comercio electrónico y sus imperativos en el ámbito de la distribución física
Las empresas que brindan servicios logísticos
Particularidades la distribución en el comercio electrónico
Gestión de la devolución de productos

ASPECTOS JURÍDICOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Los inconvenientes jurídicos de la contratación electrónica
La normativa española y comunitaria en materia de contratación electrónica
Mecanismos de contratación telemática
Cuestiones legales acerca de la propiedad intelectual en Internet
Consideraciones sobre Fiscalidad en Internet
La normativa en materia de protección de datos en Internet
La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE)

MODELOS DE NEGOCIO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Clasificación general de Modelos de Negocio en Internet
Clasificación de los modelos de negocio de acuerdo con los participantes

BOLSA DE TRABAJO *(sólo modalidad presencial)*

El objetivo de éste departamento es promover y gestionar la incorporación de sus alumnos al mercado laboral.
En el momento de formalizar la matrícula, el alumno deberá entregar CV y fotografía reciente para ser gestionado en la Bolsa de Trabajo. A lo largo del curso, el alumno tendrá la oportunidad de renovar su CV y recibir asesoramiento sobre procesos de selección en los que esté participando o vaya a participar.

FORMASELECT como Escuela de Negocios, pero también como Consultora de Empresas, ofrece a sus alumnos la ventaja de gestionar el CV directamente entre el cliente y nosotros mismos, sin ningún otro tipo de intermediarios.

El cliente cuenta con el valor añadido de saber que la base de datos que se le ofrece está perfectamente cualificada para el desarrollo de la labor requerida.

ESCUELA VIRTUAL

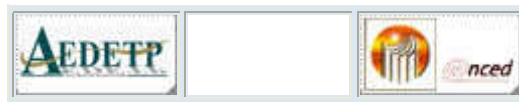
Para completar la formación de sus alumnos, **FORMASELECT** cuenta con una de las más avanzadas plataformas e-learning. Pretendemos que la formación recibida en el aula pueda ser complementada y ampliada, con otras opciones que nos ofrecen las nuevas tecnologías. Desde su domicilio, a través de una clave que se facilita en el Master, el alumno puede tener acceso a toda la documentación e información recopilada y generada por nosotros.

Una de las claves de éste éxito radica en que tanto la impartición de las clases, como las tutorías o la participación en chats, está realizada por consultores de empresas de reconocido prestigio." ..

Nota importante: El importe correspondiente a la matrícula constituye la reserva de plaza. Salvo por causas imputables a FormaSelect España S.L. dicho importe no se devolverá.

HOMOLOGACIONES Y RECONOCIMIENTOS

La Escuela de Negocios **FORMASELECT** recibe las homologaciones de **AEDETP** (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), **ANCED** (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia). Estas tres organizaciones homologan y certifican centros de formación con el fin de garantizar unos criterios de calidad formales, para el correcto desarrollo de las acciones formativas propuestas por nuestro centro.



Todas las empresas que han colaborado y colaboran con **FORMASELECT**, quedan satisfechas con el servicio prestado y su confianza se traduce en posteriores acuerdos tanto a nivel de Consultoría como en Formación.

Por tercer año consecutivo, la agencia **TMP Worldwide Advertising & Communications**, nos ha destacado como una de las principales Escuelas de Negocio a nivel nacional.

El apoyo de diferentes medios, junto con el respaldo de las mejores empresas e instituciones, es el argumento de éxito y calidad que sostiene nuestra empresa. Respalda públicamente el servicio de **FORMASELECT**:



EMPRESAS COLABORADORAS

Como garantía y aval de la formación impartida, podemos presumir de tener convenios de colaboración con más de 120 empresas, convenios que van desde el acuerdo para poner a los alumnos del centro en disposición para realizar prácticas en las empresas clientes, hasta acuerdos de consultoría y formación a todos los niveles.

Señalamos a continuación, las empresas colaboradoras con la **Escuela de Negocios FORMASELECT** más destacadas: [VER LISTADO COMPLETO DE EMPRESAS COLABORADORAS](#)



Programa Formativo