



## COMM0006. Marketing on-line: diseño y promoción de sitios web.

**Sku:** PS\_COMM0006

**Horas:** 30

**Formato:** HTML

### OBJETIVOS

- Desarrollar operaciones básicas relacionadas con el diseño y promoción de sitios web atendiendo al comportamiento del cliente en la Red, el funcionamiento en línea y las técnicas de publicidad basadas en el marketing online.

### CONTENIDOS

- **Unidad 1. Marketing on-line: diseño y promoción de sitios web.**
  - Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas
    - Conceptualización de Marketing en Internet: Herramientas principales
      - Concepto de marketing.
      - Etapa existente desde la orientación hasta la producción.
      - Etapa existente desde las ventas al marketing.
      - Marketing en la actualidad de Internet.
      - Historia de Internet.
      - Usos de Internet y beneficios para el marketing.
      - Diferencias existentes entre el marketing actual y el tradicional.
      - Uso de catálogos electrónicos.
      - Surgimiento del marketing electrónico.
      - Pautas para desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP).
    - Aplicación de un plan de Marketing
      - Fases que componen un e-Marketing Plan (EMP).
      - Análisis de situación.
      - Análisis dentro de la propia empresa.
      - Análisis del entorno.
      - Entorno a desde un nivel general.
      - Entorno desde un nivel comercial.
      - Debilidades Fortalezas, amenazas y oportunidades (D.A.F.O).

- Modelo AIDA: Las variables del e-Marketing Mix.
- Conocimiento de los comportamientos del cliente en línea
  - Variables existentes en el comportamiento del consumidor
  - Influencia de las variantes independientes.
- Definición de características personales del cliente
  - Características ambientales.
  - Variables intervinientes moderadas.
  - Variables dependientes: Las decisiones a la hora de efectuar las compras.
  - Proceso de toma de decisión desde la perspectiva del consumidor.
  - Modelo genérico de decisión de compra.
- Creación y construcción de un sitio web
  - Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web.
  - Front-office y el Back-office.
  - Fases proceso de construcción de un sitio web.
  - Selección de un modelo de hospedaje o alojamiento Web.
  - Registro de un nombre de dominio.
  - Pasos para la creación y administración del contenido.
  - Diseño de un sitio web.
  - Pasos para la construcción y prueba de un sitio web.
  - Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE.
  - Estructura de un sitio web.
  - Estructura jerárquica.
  - Otras estructuras no jerárquicas.
  - Página de bienvenida (homepage).
- Conocimiento del concepto de navegación
  - Barras de navegación.
  - Mapas del sitio web.
  - Herramientas de búsqueda y ayudas.
  - Consistencia.
  - Rendimiento.
  - Apariencia.
  - Control de la calidad.
- Estructuración de un web site
  - Contenidos.
  - Cookies como herramientas de ayuda a la personalización de contenidos.
  - Elementos para la atracción de navegantes al sitio web.
  - Estrategias online 6.5. Posicionamientos de buscadores.
  - Titles.
  - META descripción.
  - META keywords.
  - HTML body structure.
- Explicación de algunos consejos adicionales
  - Publicidad on-Line.
  - Banners.
  - Alternativas a los banners convencionales.

- Contratación de la publicidad online.
- Introducción a algunos conceptos relacionados con la publicidad online.
  - Formas de contratación de publicidad online.
  - Programas de afiliación.
  - E-Mail marketing.
  - Ventajas de la publicidad online.
  - Estrategias offline.
- Habilidades de gestión, personales y sociales
  - Proactividad en el análisis relacionadas con las diversas situaciones existentes en entornos tan distintos como la empresa, el ámbito general y el comercial.
  - Análisis crítico de las posibles debilidades y fortalezas existentes para la correcta toma de decisiones.
  - Habilidades sociales relacionadas con la expresión y redacción adecuada en el entorno web para el trato y atracción de clientes.
  - Interés por el marketing digital.