



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.