



COMM031PO. Marketing on line: diseño y promoción de sitios web.

Sku: PIN700940

Horas: 30

Formato: HTML

OBJETIVOS

Realizar las operaciones básicas de diseño y promoción de sitios web teniendo en cuenta el comportamiento del cliente on line, la navegabilidad y las técnicas de publicidad on line, a partir del marketing on line

CONTENIDOS

1. Internet marketing: conceptos generales y herramientas

- El Concepto Marketing
- Etapa de orientación a la producción
- Orientación a las ventas
- De la etapa de ventas al marketing
- El marketing tras la llegada de Internet
- Breve historia de Internet
- Internet como herramienta de marketing
- Beneficios de Internet para el Marketing
- Diferencias de ideas y conceptos entre el marketing online y el marketing tradicional
- Los catálogos electrónicos
- El nacimiento del marketing electrónico

- Como desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP)

2. El plan de marketing

- Las fases de un e-Marketing Plan (EMP)
- Análisis de la situación
- Análisis interno de la propia empresa

- Análisis del entorno
- Entorno general
- Entorno comercial
- Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades
- Los objetivos de un e-Marketing Plan (EMP)

- El Modelo AIDA. Las variables del e-Marketing Mix

3. El comportamiento del cliente online

- Las variables en los modelos de comportamiento del consumidor

- Las variables Independientes

- Características personales

- Características ambientales

- Las variables intervinientes (Moderadas)

- Las variables dependientes: Las decisiones de compra

- El proceso de toma de decisión del consumidor

- Modelo genérico de decisión de compra

4. Como promocionar y construir un sitio web

- Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web

- Front-office y Back-office

- Fases proceso de construcción de un sitio web

- Seleccionar un modelo de hospedaje o alojamiento Web
- Registrar un nombre de dominio
- Crear y administrar el contenido
- Diseñar el sitio web
- Construir el sitio web y probarlo
- Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE
- La estructura de un sitio web
- La estructura jerárquica
- Otras estructuras no jerárquicas
- La página de bienvenida (homenaje)

5. Navegabilidad

- Las barras de navegación
- Los mapas del sitio web
- Herramientas de búsqueda y ayudas
- Consistencia
- Rendimiento
- Apariencia

- Control de la calidad

6. ¿Quiénes construyen los web sites?

- Los contenidos
- Las cookies como herramienta de ayuda a la personalización de contenidos
- Como atraer navegantes a un sitio web
- Estrategias online
- Posicionamiento en buscadores
- Titles
- META description
- META keywords
- HTML body structure

7. Algunos consejos adicionales

- Publicidad on-Line
- Banners
- Alternativas a los banners convencionales
- Como se contrata la publicidad online

8. 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