



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

**Sku:** PC946

**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: Fundamentos del marketing on-line y planificación

- Esta lección introductoria te da la bienvenida a la unidad Fundamentos del marketing on-line y planificación. Explorarás los conceptos clave del marketing digital, conocerás la evolución de Internet como herramienta comercial y descubrirás las fases que estructuran un plan de marketing online. Además, te familiarizarás con el análisis situacional y las herramientas básicas que necesitarás para atravesar el resto de la unidad. ¡Comienza el recorrido hacia el dominio del marketing digital basado en datos, creatividad y estrategia!
  - Del marketing tradicional al marketing en internet

- En esta lección descubrirás cómo el marketing ha evolucionado desde las estrategias tradicionales basadas en medios masivos hasta el dinámico, hipersegmentado y medible entorno digital actual. Analizaremos las diferencias clave entre ATL y BTL, revisaremos hitos históricos y modelos tácticos como outbound e inbound, y desglosaremos los cambios en el marketing mix. Además, conocerás nuevos formatos publicitarios y la importancia de la analítica y la privacidad en el marketing en línea. Al finalizar, entenderás los retos y oportunidades que implica esta transición para marcas de todos los tamaños.

- Historia y evolución de internet para el marketing

- En esta lección descubrirás cómo la evolución tecnológica de internet ha transformado radicalmente el marketing y la comunicación entre marcas y consumidores. Analizaremos desde los primeros pasos de ARPANET hasta las tendencias más recientes, desglosando los hitos clave, los cambios en los modelos publicitarios, la revolución móvil, el auge de las redes sociales, la publicidad programática y el impacto de la inteligencia artificial. También exploraremos los principales modelos de medición y análisis, y reflexionaremos sobre los aprendizajes y desafíos de esta transformación constante. Al final, dominarás las etapas fundamentales de la historia digital aplicada al marketing y comprenderás sus implicaciones prácticas.

- Herramientas principales y usos de internet en marketing

- En esta lección explorarás a fondo la pila tecnológica (MarTech stack) del marketing digital moderno: desde técnicas y plataformas para atraer tráfico y generar leads, hasta herramientas sofisticadas de automatización, analítica, fidelización y visualización de datos. Descubrirás cómo elegir e interconectar soluciones para SEO, SEM, Social Ads, email marketing y CRM, así como las mejores prácticas para construir una estrategia robusta orientada a resultados. Aprenderás a evitar los errores más comunes y compararás casos de éxito reales para distintos tipos de empresa.
- Esta lección combina explicación narrativa, infografías interactivas y ejercicios dinámicos para que comprendas tanto la lógica como el uso práctico de las herramientas más relevantes del entorno digital. Al final, consolidarás tus conocimientos con un memorama y preguntas de evaluación.
- El Electronic Marketing Plan: fases y metodología

- En esta lección explorarás en profundidad cómo se construye y aplica un Electronic Marketing Plan (EMP) para acciones de marketing digital exitosas. Analizaremos cada una de sus cinco fases – desde el diagnóstico inicial hasta la medición y optimización continua – usando ejemplos, plantillas, recomendaciones prácticas y casos reales. Aprenderás por qué la planificación estratégica es fundamental en el entorno digital, cómo analizar el contexto interno y externo (con DAFO, PESTEL, Porter, VRIO, etc.), cómo establecer objetivos SMART y OKR, y cómo orquestar acciones multicanal eficientes y medibles. Incluye herramientas, errores frecuentes, buenas prácticas y actividades para la aplicación práctica de la metodología EMP.
    - Análisis de situación y modelo DAFO
  
  - En esta lección descubrirás cómo analizar el entorno interno y externo de una organización para construir diagnósticos sólidos y accionables en marketing digital. Aprenderás a recopilar, ordenar y traducir datos en marcos estratégicos como PESTEL, VRIO y la matriz DAFO, conectando estos análisis con estrategias prácticas a través de la metodología CAME. La lección incluye herramientas, ejemplos, mejores prácticas, advertencias sobre errores frecuentes y actividades interactivas para afianzar los conceptos clave.
  
  - Al finalizar, serás capaz de aplicar estos modelos a tu propio contexto profesional o a casos de estudio, sentando las bases para la toma de decisiones informada y la planificación de alto impacto en proyectos de marketing digital.
    - Ejerciciopráctico de libre expresión escrita
  
  - En esta lección tendrás la oportunidad de aplicar los conocimientos adquiridos sobre fundamentos del marketing online, su evolución, herramientas principales y metodología de planificación digital. Los ejercicios propuestos te invitarán a contrastar enfoques, analizar escenarios reales o ficticios y desarrollar propuestas creativas de estrategia y diagnóstico. Este espacio es ideal para demostrar tu capacidad analítica, originalidad y dominio de los conceptos centrales a través de casos y reflexiones personales.
  
  - Prepárate para construir textos profesionales donde argumento, creatividad y rigor se combinan para afrontar los retos del marketing digital contemporáneo.
-

- Role playing y estado de avance
- En esta lección de repaso consolidarás todos los conocimientos clave de la unidad sobre fundamentos del marketing on-line y planificación. Repasarás los conceptos esenciales, modelos, herramientas y metodología a través de tarjetas didácticas, y pondrás en práctica tus habilidades con un ejercicio interactivo de roleplay en un contexto real de marketing digital.
- Este repaso te preparará para afrontar con seguridad la evaluación de la unidad, fortaleciendo tu memoria y tu capacidad de aplicar lo aprendido a casos reales y situaciones profesionales.
- Evaluación de la unidad
- En esta evaluación comprobarás tus aprendizajes fundamentales sobre los conceptos y herramientas del marketing digital estudiados en la unidad. Responde cuidadosamente cada pregunta antes de continuar: repasa los temas clave como marketing tradicional vs. digital, cronología e hitos de Internet, MarTech, análisis DAFO y PESTEL, plan EMP, métricas y terminología esencial.

## **Unidad 2: Comportamiento del consumidor y creación de sitiosweb**

- En esta lección de introducción, descubrirás los conceptos clave sobre comportamiento del consumidor y cómo se relacionan con el diseño y la promoción de sitios web. Comprenderás por qué conocer a la audiencia y construir una experiencia digital eficiente se ha vuelto esencial para el marketing on-line. Además, tendrás una visión general de las temáticas que trabajaremos en la unidad, preparando el camino para profundizar en cada una de ellas.
  - Variables del comportamiento del consumidor on-line
- En esta lección nos adentramos en las variables que determinan cómo las personas piensan, sienten y actúan al comprar por Internet. Analizaremos desde factores personales y psicológicos, hasta influencias sociales, culturales, tecnológicas y situacionales. Aprenderás marcos clave como S-O-R y TAM, verás ejemplos reales, métricas actuales y estrategias para convertir el análisis de datos en acciones

concretas, éticas y rentables.

- Al completar esta lección, serás capaz de identificar y aplicar las variables más relevantes para segmentar audiencias digitales, mejorar la experiencia de usuario y potenciar la conversión de tus proyectos web.
- Proceso de decisión de compra y modelo genérico
- Esta lección explora en profundidad cómo los consumidores toman decisiones de compra en entornos digitales, utilizando modelos clásicos y modernos. Analizaremos cada etapa del proceso desde el reconocimiento de la necesidad hasta la poscompra, incorporando estrategias prácticas de marketing, métricas clave, el impacto de la IA, y mejores prácticas de optimización omnicanal y ética. Aprenderás a mapear y optimizar recorridos de usuario, identificar fricciones y aplicar tácticas concretas para mejorar la conversión y la satisfacción.

- Segmentación y perfiles digitales

- Esta lección te proporcionará una visión profunda y aplicada sobre la segmentación digital y la creación de perfiles (buyer personas) en el marketing online. Aprenderás a distinguir fuentes y jerarquías de datos, a aplicar métodos clásicos y avanzados de segmentación, a construir perfiles accionables y a evaluar el impacto real de la segmentación en tus campañas. Además, entenderás la importancia de la privacidad, la gobernanza de datos y la inclusión en el diseño de audiencias y mensajes personalizados. Casos prácticos y ejercicios reforzarán tu comprensión para que puedas trasladar lo aprendido a proyectos reales.

- Construcción de un sitio web: hosting y dominios

- Descubre los cimientos técnicos que hacen posible cualquier proyecto web: el dominio, el hosting y su infraestructura clave. Aprende cómo elegir un nombre de dominio estratégico, comparar opciones de hosting según rendimiento, seguridad y escalabilidad, y configurar los servicios esenciales (DNS, HTTPS, copias de seguridad y más). Analizarás ejemplos reales, buenas prácticas y soluciones a errores frecuentes, preparando tu web para el éxito comercial y la seguridad digital.
- Esta lección une conceptos técnicos imprescindibles con estrategias de marketing y experiencia de usuario, ayudando a que tu empresa destaque en el competitivo mundo

en línea.

- Front-office y Back-office del sitio web

- En esta lección descubrirás las diferencias, relaciones y funciones fundamentales del front-office y el back-office en la gestión y operación de un sitio web moderno. Analizaremos tecnologías y arquitecturas actuales, las mejores prácticas para la experiencia de usuario (UX), seguridad, accesibilidad y escalabilidad. Ilustraremos con casos de éxito y errores frecuentes para que puedas optimizar la estructura digital de tu futuro proyecto web.
- Al finalizar, serás capaz de identificar los bloques esenciales de ambos entornos, comprender flujos de información, elegir herramientas según el contexto y anticipar problemas comunes, conectando así la teoría del marketing digital con la práctica real en la creación y gestión eficiente de sitios web comerciales.

- Diseño de la estructura del sitio web

- En esta lección se exploran a fondo los fundamentos, estrategias avanzadas, ejemplos y herramientas para diseñar y optimizar la estructura de un sitio web. Aprenderás los principios clave de la arquitectura de información, cómo equilibrar profundidad y amplitud, patrones estructurales, procesos centrados en el usuario, navegación, enlace interno, estructura de URLs para SEO, rendimiento, arquitectura multi-idioma y multi-región, gestión de facetas y filtros, evaluación y monitoreo de la estructura, y cómo la IA generativa impacta la construcción de sitios modernos. La lección combina teoría, casos prácticos y ejercicios para que logres transformar mapas abstractos en una experiencia concreta y rentable para los usuarios y tu organización.

- Navegación web: barras, mapas y ayudas

- En esta lección, analizarás a fondo las estrategias y componentes clave de la navegación web moderna. Estudiarás desde las barras de menú y los breadcrumbs, pasando por mapas HTML/XML, el papel del buscador interno y las ayudas contextuales, hasta la integración de la accesibilidad (WCAG), la experiencia móvil y la

personalización con IA. Desmenuzará patrones, errores frecuentes y mejores prácticas con ejemplos reales y métricas accionables para optimizar la conversión, el SEO y la experiencia de usuario.

- Al finalizar, tendrás una comprensión integral de cómo diseñar, evaluar y evolucionar la navegación de cualquier sitio web, orientada tanto a los usuarios humanos como a los robots de búsqueda, y alineada con los retos de rendimiento, inclusión y ética digital del marketing actual.

- Ejercicio práctico de libre expresión escrita

- En esta lección te invitamos a desarrollar tres actividades de expresión escrita aplicando los conceptos claves sobre comportamiento del consumidor, construcción y optimización de sitios web, y personalización digital vistos en la unidad. Cada ejercicio te reta a conectar teoría y práctica desde escenarios reales y a argumentar tus propuestas con creatividad y rigor.
- Estas tareas te ayudarán a fortalecer tu capacidad de análisis estratégico, a pensar en soluciones innovadoras y a ejercitar la comunicación profesional escrita, todo dentro del contexto de marketing digital y comercio electrónico.

- Role playing y estado de avance

- En esta lección de repaso, podrás consolidar los conceptos clave de la unidad mediante dos actividades interactivas. Primero, repasarás los puntos esenciales con tarjetas didácticas para reforzar tu memoria sobre variables del comportamiento del consumidor, procesos de segmentación y diseño web. Luego, pondrás en práctica lo aprendido participando en una simulación de consultoría relámpago, donde tendrás que analizar y optimizar una tienda online de decoración sostenible con la ayuda de un mentor IA.

- Evaluación de la unidad

- Pon a prueba tus conocimientos sobre el comportamiento del consumidor y la construcción de sitios web aplicados al marketing on-line. Responde cada pregunta

usando lo aprendido en la unidad. Este test cubre variables clave del consumidor, procesos de decisión de compra, segmentación avanzada, estructura técnica y experiencia de usuario web.

- Completarlo te ayudará a consolidar tu dominio de los conceptos esenciales y te preparará para su aplicación práctica en proyectos reales.

### **Unidad 3: Optimización y promoción del sitioweb**

- En esta lección introductoria descubrirás los pilares que hacen exitoso un sitio web: rendimiento, contenido relevante y promoción inteligente. A través de ejemplos prácticos y preguntas, conocerás cómo captar la atención de visitantes, mejorar la experiencia usuaria y convertir clics en ventas. Prepárate para explorar términos clave como LCP, CTR, cookies y campañas publicitarias, sentando las bases para profundizar el resto de la unidad.
  - Contenidos efectivos: WON vs. WOE y control de calidad
- En esta lección, aprenderás a diseñar y evaluar contenidos digitales que realmente convierten y fidelizan. Verás la diferencia entre estrategias WON (Web of Need) y WOE (Web of Enjoyment), cómo aplicarlas en cada etapa del embudo, modelos de redacción persuasiva y control de calidad técnico y ético para publicaciones online. Al final, dominarás los procesos de revisión de texto, SEO, accesibilidad y medición de resultados en tus campañas digitales.
  - Optimización parabuscaadores: SEO on-page
- En esta lección descubrirás cómo optimizar cada página de tu sitio web para buscadores, mejorando no solo el posicionamiento, sino también la experiencia del usuario. Abordaremos investigación de intenciones y palabras clave, arquitectura semántica y etiquetas HTML, redacción y organización del contenido con criterios E-E-A-T, optimización técnica avanzada (Core Web Vitals), enlazado interno estratégico, accesibilidad, SEO internacional, datos estructurados y experimentación continua para escalar resultados. Aprenderás herramientas, flujos de trabajo y ejemplos prácticos

aplicados al marketing digital moderno.

- Al finalizar, contarás con un conjunto de buenas prácticas y un checklist que te permitirá auditar y potenciar el SEO on-page en proyectos propios o de tus clientes, afinando cada milisegundo, etiqueta y palabra para lograr visibilidad real y conversión sostenible.
  - Cookies, personalización y estrategias de atracción
  
- En esta lección descubrirás todo lo necesario para dominar el diseño, configuración y uso responsable de cookies, personalización web y estrategias de atracción digital basadas en datos propios. Aprenderás desde los fundamentos técnicos y legales de las cookies, hasta las mejores prácticas en privacidad, seguridad, consent banners y frameworks para ofrecer experiencias relevantes y éticas, incluso en la inminente era cookieless.
- Analizaremos ejemplos reales, códigos, alternativas modernas como Privacy Sandbox, métodos creativos de recopilación de datos, personalización sin invadir al usuario, y cómo traducir todos esos esfuerzos en métricas y decisiones de negocio. El objetivo es claro: convertirte en una persona capaz de implementar personalización efectiva y cumplimiento legal en cualquier proyecto web.
- Publicidad on-line: banners y formatos alternativos
  
- En esta lección vas a explorar en profundidad el universo de la publicidad on-line, con especial foco en los banners, vídeos y formatos alternativos altamente efectivos para e-commerce, marcas y proyectos personales. Aprenderás desde el contexto histórico y técnico de los banners hasta cómo planificar campañas inteligentes, elegir formatos, optimizar la creatividad y medir los resultados clave. Además, revisaremos casos prácticos, normativas de usabilidad y accesibilidad, y estrategias de protección frente al fraude y la saturación publicitaria. Conocerás de cerca los retos del entorno *cookieless* y descubrirás las técnicas y métricas esenciales para liderar campañas éticas, innovadoras y rentables hoy y en los próximos años.
  
- Este recorrido te formará para tomar decisiones informadas que elevarán tu competencia profesional y te darán ventaja frente a la competencia en marketing digital.
  - Afiliación, e-mail marketing y métricas

- Descubre cómo el marketing de afiliación, el e-mail marketing y las métricas clave pueden transformar la rentabilidad y la sostenibilidad de tu sitio web. Este módulo explora, con ejemplos reales y buenas prácticas, cómo implementar programas de afiliados rentables, automatizar la gestión de correo electrónico, protegerte frente al fraude y medir el impacto de todas tus acciones a través de indicadores modernos. A lo largo de la lección, aprenderás a combinar canales y tácticas para multiplicar tu ROI, construir listas de calidad y asegurar el cumplimiento legal. ¡Conviértete en un estratega digital de alto nivel!

- Ejerciciopráctico delibere expresión escrita

- En esta lección pondrás en práctica tu creatividad y capacidad de análisis para diseñar soluciones de marketing online. Realizarás dos actividades escritas donde deberás aplicar conceptos vistos en la unidad, abordando tanto la estrategia integral de optimización del sitio como la personalización responsable mediante el uso de cookies y banners de consentimiento. Cada consigna te invitará a reflexionar y argumentar tus decisiones, combinando rigor técnico e innovación.
- Aprovecha esta oportunidad para demostrar tu comprensión de los temas clave e integrar buenas prácticas de usabilidad, privacidad y rendimiento.

- Role playing y estado de avance

- En esta lección de repaso podrás consolidar los conceptos fundamentales de la unidad sobre optimización y promoción de sitios web. Repasarás términos clave, métricas, buenas prácticas y errores frecuentes en formatos dinámicos e interactivos. Primero, revisarás tus conocimientos con tarjetas didácticas, y después, pondrás a prueba tu capacidad de diagnóstico y comunicación en un role play realista con una agente IA.
- El objetivo es ayudarte a detectar tus puntos fuertes y aquellos que necesitan refuerzo antes de abordar la evaluación final. Aborda cada pantalla reflexionando y relacionando con tus propios proyectos o experiencia profesional.

- Evaluación de la unidad

- Pon a prueba tus conocimientos sobre la optimización y promoción de sitios web. Responde preguntas sobre SEO, contenidos efectivos, publicidad on-line, cookies, métricas clave, afiliación, e-mail marketing y accesibilidad. Selecciona la respuesta correcta en cada caso utilizando lo aprendido en las lecciones previas.

#### **Unidad 4: Evaluación final**

- Esta evaluación final integra los principales conceptos, herramientas y buenas prácticas vistos durante el curso. El examen cubre desde fundamentos de marketing digital, análisis DAFO, comportamiento del consumidor, optimización SEO, estructura y navegación web, contenidos, métricas clave, hasta privacidad, publicidad, e-mail marketing y estrategias de promoción y medición. Antes de enviar tus respuestas, revisa cada pregunta con atención y pon en práctica tu aprendizaje estratégico y técnico.