



COMM031PO. MARKETING ONLINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB.

SKU: PA_COMM031PO

OBJETIVOS

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

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

- **Unidad 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.
 - Cómo desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP).
- **Unidad 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.

• **Unidad 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.

• **Unidad 4. Cómo proporcionar 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 (homepage).

• **Unidad 5. Navegabilidad.**

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

- Apariencia.
- Control de la calidad.

- **Unidad 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.

- **Unidad 7. Algunos consejos adicionales.**

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

- **Unidad 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.