

Marketing On Line: Diseño Y Promoción De Sitios Web



30 horas



Familia:

Comercio y Marketing

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

UA1. 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).

UA2. 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.

UA3. 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

UA4. Cómo 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 (homepage).

UA5. Navegabilidad.

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

- Apariencia.
- Control de la calidad.

UA6. ¿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.

UA7. Algunos consejos adicionales.

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

UA8. 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.