

Marketing online: diseño y promoción de sitios web

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

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.
- Comprender el funcionamiento del marketing en internet para la adecuada puesta en marcha de un plan estratégico de internet marketing en la empresa.
- Elaborar un plan de marketing enfocado al buen desarrollo de un negocio que quiera comenzar a vender sus productos y/o servicios a través de internet.
- Definir las características generales de los consumidores y cómo se comportan en su proceso de compra.
- Conocer la manera más eficiente de construir y mantener un sitio web de cara a su éxito en el ámbito del marketing online.
- Conocer las pautas y criterios más importantes para mejorar la navegabilidad y la experiencia de usuario en un sitio web.
- Conocer las pautas y criterios más importantes para mejorar la experiencia de usuario y el posicionamiento de un sitio web.
- Conocer recomendaciones y pautas relevantes sobre la publicidad online y sus formas de contratación.
- Reforzar conocimientos sobre marketing online y aprender nuevas técnicas, complementarias, de marketing offline.

CONTENIDOS

Conceptualización de marketing en Internet: herramientas principales

Introducción

Concepto de marketing

Etapas existentes desde la orientación hasta la producción

Etapas existentes 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)

Resumen

Aplicación de un plan de marketing

Introducción

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

Resumen

Conocimiento de los comportamientos del cliente en línea

Introducción

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

Resumen

Creación y construcción de un sitio web

Introducción

Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web

Front-office y back-office

Fases del 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)

Resumen

Conocimiento del concepto de navegación

Introducción

Barras de navegación

Mapas del sitio web

Herramientas de búsqueda y ayudas

Consistencia

Rendimiento

Apariencia

Control de la calidad

Resumen

Estructuración de un web site

Introducción

Contenidos

Cookies como herramientas de ayuda a la personalización de contenidos

Elementos para la atracción de navegantes al sitio web

Estrategias online

Posicionamientos de buscadores

Titles

Meta descripción

Meta keywords

HTML bodystructure

Resumen

Explicación de algunos consejos adicionales

Introducción

Publicidad on-Line

Banners

Alternativas a los banners convencionales

Contratación de la publicidad online

Resumen

Introducción a algunos conceptos relacionados con la publicidad online

Introducción

Formas de contratación de publicidad online

Programas de afiliación

E-Mail marketing

Ventajas de la publicidad online

Estrategias offline

Resumen