



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.

Programa

1. INTERNET MARKETING: CONCEPTOS GENERALES Y HERRAMIENTAS

1. El Concepto Marketing.
2. Etapa de orientación a la producción.
3. Orientación a las ventas.
4. De la etapa de ventas al marketing.
5. El marketing tras la llegada de Internet.
6. Breve historia de Internet.
7. Internet como herramienta de marketing.
8. Beneficios de Internet para el Marketing.
9. Diferencias de ideas y conceptos entre el marketing online y el marketing tradicional.
10. Los catálogos electrónicos.
11. El nacimiento del marketing electrónico.
12. Cómo desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP).

2. EL PLAN DE MARKETING

1. Las fases de un e-Marketing Plan (EMP).
2. Análisis de la situación.
3. Análisis interno de la propia empresa.
4. Análisis del entorno.
5. Entorno general.
6. Entorno comercial.
7. Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades.
8. Los objetivos de un e-Marketing Plan (EMP).

9. El Modelo AIDA. Las variables del e-Marketing Mix.
3. EL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE ONLINE
 1. Las variables en los modelos de comportamiento del consumidor.
 2. Las variables Independientes.
 3. Características personales.
 4. Características ambientales.
 5. Las variables intervinientes (Moderadas).
 6. Las variables dependientes: Las decisiones de compra.
 7. El proceso de toma de decisión del consumidor.
 8. Modelo genérico de decisión de compra.
4. CÓMO PROMOCIONAR Y CONSTRUIR UN SITIO WEB
 1. Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web.
 2. Front-office y Back-office.
 3. Fases proceso de construcción de un sitio web.
 4. Seleccionar un modelo de hospedaje o alojamiento Web.
 1. Registrar un nombre de dominio.
 2. Crear y administrar el contenido.
 5. Diseñar el sitio web.
 1. Construir el sitio web y probarlo.
 6. Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE.
 1. La estructura de un sitio web.
 2. La estructura jerárquica.
 3. Otras estructuras no jerárquicas.
 7. La página de bienvenida (homepage).
5. NAVEGABILIDAD
 1. Las barras de navegación.
 2. Los mapas del sitio web.
 3. Herramientas de búsqueda y ayudas.
 4. Consistencia.
 5. Rendimiento.
 6. Apariencia.
 7. Control de la calidad.

6. ¿QUIÉNES CONSTRUYEN LOS WEB SITES?

1. Los contenidos.
2. Las cookies como herramienta de ayuda a la personalización de contenidos.
3. Como atraer navegantes a un sitio web.
4. Estrategias online.
5. Posicionamiento en buscadores.
6. Titles.
7. META description.
8. META keywords.
9. HTML body structure.

7. ALGUNOS CONSEJOS ADICIONALES

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

8. ALGUNOS CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA PUBLICIDAD ONLINE

1. Formas de contratación de publicidad online.
2. Programas de afiliación.
3. E-Mail marketing.
4. Ventajas de la publicidad online.
5. Estrategias offline.

Diploma

Al finalizar el curso el alumno recibirá un Diploma o Certificado de Aprovechamiento.

'Enseñanza que no conduce a la obtención de un título con valor oficial'.

Formación necesaria para acceder con éxito al curso

No requiere formación previa.

Especificaciones

Curso Scorm. Ejercicios prácticos y Evaluaciones integrados en temario.

HARDWARE NECESARIO Y PERIFÉRICOS ASOCIADOS

- Ordenador y conexión a Internet

SOFTWARE NECESARIO

- Acrobat Reader, versión 6.0 o superior, o Foxit Reader, versión 2.3 o superior
- Java Sun (Google Chrome requiere la actualización 10 de la versión de Java)
- Reproductor de Windows Media Player a partir de la versión 9

TIEMPO DE RESPUESTA

Los tutores pedagógicos atenderán a los alumnos en un plazo de 24 horas y los tutores de contenido en un plazo máximo de 48 horas en días laborables.

SERVICIOS DEL CAMPUS VIRTUAL

Guía didáctica. En ella se marcan y explican las pautas, orientaciones y recomendaciones necesarias para el seguimiento y aprovechamiento adecuado del curso.

CONTENIDOS

Los contenidos de este curso han sido realizados por un equipo multidisciplinar, entre los que se encuentran expertos en la materia que se desarrolla, pedagogos, docentes y técnicos informáticos en desarrollos multimedia.

