



PROGRAMA FORMATIVO

COMM031PO MARKETING ONLINE DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB

- **Modalidad: telemarketing**
- **Duración: 30 horas**
- **Contenidos:**

UNIDAD DIDÁCTICA 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).

UNIDAD DIDÁCTICA 2: EL PLAN DE MARKETING

1. Las fases de un e-Marketing Plan (EMP).
 2. Análisis de la situación.
-



PROGRAMA FORMATIVO

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.

UNIDAD DIDÁCTICA 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 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.
 5. Registrar un nombre de dominio.
 6. Crear y administrar el contenido.
-



PROGRAMA FORMATIVO

7. Diseñar el sitio web.
8. Construir el sitio web y probarlo.
9. Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE.
10. La estructura de un sitio web.
11. La estructura jerárquica.
12. Otras estructuras no jerárquicas.
13. La página de bienvenida (homepage).

UNIDAD DIDÁCTICA 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.

UNIDAD DIDÁCTICA 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.
-



PROGRAMA FORMATIVO

8. META keywords.
9. HTML body structure.

UNIDAD DIDÁCTICA 7: ALGUNOS CONSEJOS ADICIONALES

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

UNIDAD DIDÁCTICA 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.