



**LA FORMACIÓN ES LA CLAVE
DEL ÉXITO**

Guía del Curso

COMM031PO MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB

Modalidad de realización del curso: [A distancia y Online](#)

Titulación: [Diploma acreditativo con las horas del curso](#)

OBJETIVOS

Este Curso COMM031PO MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Artes gráficas. Con este CURSO COMM031PO MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y 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

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
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
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

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



C/ San Lorenzo 2 - 2
29001 Málaga



Tlf: 952 215 476
Fax: 951 987 941



www.academiaintegral.com.es
E-mail: info@academiaintegral.com.es