

# MARKETING ONLINE DISEÑO Y PROMOCION DE SITIOS WEB



## Objetivo General

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.

## Temario

1. INTERNET MARKETING: CONCEPTOS GENERALES Y HERRAMIENTAS
  - 1.1. El Concepto Marketing.
  - 1.2. Etapa de orientación a la producción.
  - 1.3. Orientación a las ventas.
  - 1.4. De la etapa de ventas al marketing.
  - 1.5. El marketing tras la llegada de Internet.
  - 1.6. Breve historia de Internet.
  - 1.7. Internet como herramienta de marketing.
  - 1.8. Beneficios de Internet para el Marketing.
  - 1.9. Diferencias de ideas y conceptos entre el marketing online y el marketing tradicional.
  - 1.10. Los catálogos electrónicos.

- 1.11. El nacimiento del marketing electrónico.
- 1.12. Cómo desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP).
2. EL PLAN DE MARKETING
  - 2.1. Las fases de un e-Marketing Plan (EMP).
  - 2.2. Análisis de la situación.
  - 2.3. Análisis interno de la propia empresa.
  - 2.4. Análisis del entorno.
  - 2.5. Entorno general.
  - 2.6. Entorno comercial.
  - 2.7. Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades.
  - 2.8. Los objetivos de un e-Marketing Plan (EMP).
  - 2.9. El Modelo AIDA. Las variables del e-Marketing Mix.
3. EL COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE ONLINE
  - 3.1. Las variables en los modelos de comportamiento del consumidor.
  - 3.2. Las variables Independientes.
  - 3.3. Características personales.
  - 3.4. Características ambientales.
  - 3.5. Las variables intervinientes (Moderadas).
  - 3.6. Las variables dependientes: Las decisiones de compra.
  - 3.7. El proceso de toma de decisión del consumidor.
  - 3.8. Modelo genérico de decisión de compra.
4. CÓMO PROMOCIONAR Y CONSTRUIR UN SITIO WEB
  - 4.1. Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web.
  - 4.2. Front-office y Back-office.
  - 4.3. Fases proceso de construcción de un sitio web.
  - 4.4. Seleccionar un modelo de hospedaje o alojamiento Web.
    - 4.4.1. Registrar un nombre de dominio.
    - 4.4.2. Crear y administrar el contenido.
  - 4.5. Diseñar el sitio web.
    - 4.5.1. Construir el sitio web y probarlo.
  - 4.6. Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE.
    - 4.6.1. La estructura de un sitio web.
    - 4.6.2. La estructura jerárquica.
    - 4.6.3. Otras estructuras no jerárquicas.
  - 4.7. La página de bienvenida (homepage).
5. NAVEGABILIDAD
  - 5.1 Las barras de navegación.
  - 5.2 Los mapas del sitio web.
  - 5.3 Herramientas de búsqueda y ayudas.
  - 5.4 Consistencia.
  - 5.5 Rendimiento.

5.6 Apariencia.

5.7 Control de la calidad.

## 6. ¿QUIÉNES CONSTRUYEN LOS WEB SITES?

6.1. Los contenidos.

6.2. Las cookies como herramienta de ayuda a la personalización de contenidos.

6.3. Como atraer navegantes a un sitio web.

6.4. Estrategias online.

6.5. Posicionamiento en buscadores.

6.6. Titles.

6.7. META description.

6.8. META keywords.

6.9. HTML body structure.

## 7. ALGUNOS CONSEJOS ADICIONALES

7.1. Publicidad on-Line.

7.2. Banners.

7.3. Alternativas a los banners convencionales.

7.4. Cómo se contrata la publicidad online.

## 8. ALGUNOS CONCEPTOS RELACIONADOS CON LA PUBLICIDAD ONLINE

8.1. Formas de contratación de publicidad online.

8.2. Programas de afiliación.

8.3. E-Mail marketing.

8.4. Ventajas de la publicidad online.

8.5. Estrategias offline.