

A background image showing a person's hand using a computer mouse. A vertical column of seven white circles is positioned on the right side of the image. A semi-transparent grey rounded rectangle is overlaid on the left side, containing the course title.

COMM031PO. Marketing online: Diseño y promoción de sitios web

Objetivos

□ **Objetivo general**

- Realizar las operaciones básicas de diseño y promoción de sitios web teniendo en cuenta el comportamiento del cliente online, la navegabilidad y las técnicas de publicidad online, a partir del marketing online.

□ **Objetivos específicos**

- Analizar el panorama de marketing online y tomar conciencia de la constante evolución del entorno.
- Conocer los conceptos de Internet y de marketing online y su aplicación práctica.
- Adentrarse en detalle en el conocimiento de herramientas habituales como los catálogos online.
- Proporcionar los conocimientos sobre la mecánica del proceso de elaboración de un plan de marketing.
- Identificar las fases de un plan de marketing digital.
- Tener en cuenta la importancia del análisis de la situación a la hora de establecer un plan de marketing digital.
- Definir las pautas para fijar los objetivos de un plan de marketing digital.
- Analizar los componentes y estrategias que se derivan de un análisis DAFO.
- Analizar las variables del marketing mix aplicadas al entorno digital.
- Identificar los factores que intervienen en el modelo AIDA.
- Definir y clasificar las necesidades del consumidor online.
- Conocer el comportamiento del consumidor online.
- Identificar las fases del proceso de compra.

- Analizar los determinantes en el proceso de decisión de compra.
- Identificar las ventajas que conlleva la construcción de una web para los negocios.
- Identificar las fases del proceso de construcción de un sitio web.
- Ser conscientes de la importancia de seleccionar un alojamiento adecuado para la web.
- Analizar la estructura de un sitio web.
- Destacar la importancia de la navegabilidad como elemento fundamental en la construcción de la web.
- Descubrir la utilidad de las herramientas utilizadas para mejorar la navegabilidad.
- Conocer cómo aplicar el control de calidad en el desarrollo de una web.
- Identificar los perfiles más comunes en el desarrollo de una página web.
- Adquirir los conocimientos esenciales para crearlos contenidos.
- Tener en cuenta la importancia de las cookies como herramientas de personalización de contenidos.
- Definir las pautas para atraer navegantes en la web.
- Analizar las técnicas de posicionamiento en buscadores.
- Identifica las diferentes maneras de hacer publicidad online.
- Definir las pautas para la contratación de la publicidad online.
- Conocer las distintas maneras de contratar publicidad online.
- Analizar en qué consiste el marketing de afiliación.
- Identificar las ventajas de la publicidad online.
- Analizar las claves del email marketing como táctica de publicidad y los objetivos que persigue.

Contenidos

COMM031PO. Marketing online: Diseño y promoción de sitios web	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Internet marketing: conceptos generales y herramientas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Concepto Marketing. • Etapa de orientación a la producción. • Orientación a las ventas. • De la etapa de ventas al marketing. • El marketing tras la llegada de Internet. • Breve historia de Internet. • Internet como herramienta de marketing. • Beneficios de Internet para el Marketing. • Diferencias de ideas y conceptos entre el marketing online y el marketing tradicional. • Los catálogos electrónicos. • El nacimiento del marketing electrónico. • Cómo desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP). 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	30 minutos
Tiempo total de la unidad	5 horas
<p>Unidad 2: El plan de marketing.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las fases de un e-Marketing Plan (EMP). • Análisis de la situación. • Análisis interno de la propia empresa. • Análisis del entorno. • Entorno general. • Entorno comercial. • Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades. • Los objetivos de un e-Marketing Plan (EMP). • El Modelo AIDA. Las variables del e-Marketing Mix. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 02	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas

<p>Unidad 3: El comportamiento del cliente online.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las variables en los modelos de comportamiento del consumidor. • Las variables Independientes. • Características personales. • Características ambientales. • Las variables intervinientes (Moderadas). • Las variables dependientes: Las decisiones de compra. • El proceso de toma de decisión del consumidor. • Modelo genérico de decisión de compra. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
<p>Unidad 4: Cómo promocionar y construir un sitio web.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web. • Front-office y Back-office. • Fases proceso de construcción de un sitio web. • Seleccionar un modelo de hospedaje o alojamiento Web. <ul style="list-style-type: none"> ○ Registrar un nombre de dominio. ○ Crear y administrar el contenido. • Diseñar el sitio web. <ul style="list-style-type: none"> ○ Construir el sitio web y probarlo. • Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE. <ul style="list-style-type: none"> ○ La estructura de un sitio web. ○ La estructura jerárquica. ○ Otras estructuras no jerárquicas. • La página de bienvenida (homepage). 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 04	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
<p>Unidad 5: Navegabilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las barras de navegación. • Los mapas del sitio web. • Herramientas de búsqueda y ayudas. • Consistencia. • Rendimiento. • Apariencia. • Control de la calidad. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 05	30 minutos

Tiempo total de la unidad	3 horas
<p>Unidad 6: ¿Quiénes construyen los webs sites?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los contenidos. • Las cookies como herramienta de ayuda a la personalización de contenidos. • Como atraer navegantes a un sitio web. • Estrategias online. • Posicionamiento en buscadores. • Titles. • META description. • META keywords. • HTML body structure. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 06	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
<p>Unidad 7: Algunos consejos adicionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad on-Line. • Banners. • Alternativas a los banners convencionales. • Cómo se contrata la publicidad online. 	
Tiempo total de la unidad	2 horas
<p>Unidad 8: Algunos conceptos relacionados con la publicidad online.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formas de contratación de publicidad online. • Programas de afiliación. • E-Mail marketing. • Ventajas de la publicidad online. • Estrategias offline. 	
Cuestionario de Autoevaluación UA 08	30 minutos
Tiempo total de la unidad	3 horas
Examen final	1 hora
8 unidades	30 horas