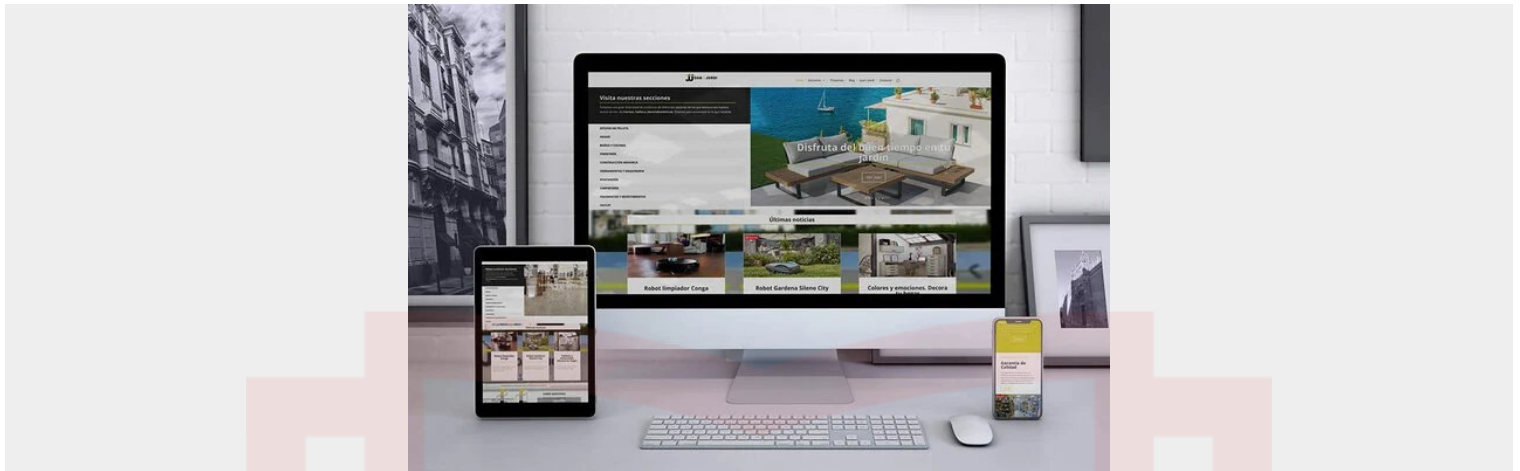


COMM0006 MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB



180,00 € - 250,00 €

El curso COMM0006 Marketing On Line: Diseño y Promoción de Sitios Web es una especialidad formativa de la Familia Profesional del Comercio y Marketing. Con este curso COMM0006 Marketing On Line: Diseño y Promoción de Sitios Web el alumno estará capacitado para realizar operaciones básicas de diseño y promoción de sitios webs, teniendo en cuenta los distintos tipos de comportamientos en la red.

Categorías: [Cursos online](#), [Informática Diseño y Programación](#) |

INFORMACIÓN

Duración	30 h
Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL

Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. MARKETING ON LINE: DISEÑO Y PROMOCIÓN DE SITIOS WEB

1. Conceptualización de Marketing en Internet: Herramientas principales
2. - Concepto de marketing.
3. - Etapa existente desde la orientación hasta la producción.
4. - Etapa existente desde las ventas al marketing.
5. - Marketing en la actualidad de Internet.
6. - Historia de Internet.
7. - Usos de Internet y beneficios para el marketing.
8. - Diferencias existentes entre el marketing actual y el tradicional.
9. - Uso de catálogos electrónicos.
10. - Surgimiento del marketing electrónico.
11. - Pautas para desarrollar un Electronic Marketing Plan (EMP).
12. Aplicación de un plan de Marketing
13. - Fases que componen un e-Marketing Plan (EMP).
14. - Análisis de situación.
15. - Análisis dentro de la propia empresa.
16. - Análisis del entorno.
17. - Entorno a desde un nivel general.
18. - Entorno desde un nivel comercial.
19. - Debilidades Fortalezas, amenazas y oportunidades (D.A.F.O).
20. - Modelo AIDA: Las variables del e-Marketing Mix.
21. Conocimiento de los comportamientos del cliente en línea
22. - Variables existentes en el comportamiento del consumidor
23. - Influencia de las variantes independientes.
24. Definición de características personales del cliente

25. - Características ambientales.
26. - Variables intervinientes moderadas.
27. - Variables dependientes: Las decisiones a la hora de efectuar las compras.
28. - Proceso de toma de decisión desde la perspectiva del consumidor.
29. - Modelo genérico de decisión de compra.
30. Creación y construcción de un sitio web
31. - Plataforma: el proceso de construcción de un sitio web. Front-office y el Back-office.
32. - Fases proceso de construcción de un sitio web.
33. - Selección de un modelo de hospedaje o alojamiento Web.
34. - Registro de un nombre de dominio.
35. - Pasos para la creación y administración del contenido.
36. - Diseño de un sitio web.
37. - Pasos para la construcción y prueba de un sitio web.
38. - Presentación: el diseño efectivo de un sitio web WON versus WOE.
39. - Estructura de un sitio web.
40. - Estructura jerárquica.
41. - Otras estructuras no jerárquicas.
42. - Página de bienvenida (homepage).
43. Conocimiento del concepto de navegación
44. - Barras de navegación.
45. - Mapas del sitio web.
46. - Herramientas de búsqueda y ayudas.
47. - Consistencia.
48. - Rendimiento.
49. - Apariencia.
50. - Control de la calidad.
51. Estructuración de un web site
52. - Contenidos.
53. - Cookies como herramientas de ayuda a la personalización de contenidos.
54. - Elementos para la atracción de navegantes al sitio web.
55. - Estrategias online 6.5. Posicionamientos de buscadores.
56. - Titles.
57. - META descripción.
58. - META keywords.
59. - HTML body structure.
60. Explicación de algunos consejos adicionales
61. - Publicidad on-Line.

62. - Banners.
63. - Alternativas a los banners convencionales.
64. - Contratación de la publicidad online.
65. Introducción a algunos conceptos relacionados con la publicidad online.
66. - Formas de contratación de publicidad online.
67. - Programas de afiliación.
68. - E-Mail marketing.
69. - Ventajas de la publicidad online.
70. - Estrategias offline.

