

COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING ONLINE AVANZADO

25
HORAS

DESCRIPCIÓN

En este curso el alumno aprenderá a manejar a nivel avanzado las herramientas necesarias para desarrollar un Plan de Marketing On Line y asimilará los conocimientos necesarios para analizar sus propios estudios de la competencia y el cliente.

Si bien los conocimientos técnicos de diseño web no son el objetivo de este curso, sí se dotará al alumno de los conocimientos necesarios para liderar un proyecto de diseño web completo.

El alumno será capaz de dominar con soltura el SEO, es decir, a optimizar un sitio web para que sea visible por los buscadores. También se le facilitarán los conocimientos necesarios para aprender a utilizar Google Adwords con fluidez.

Este curso facilita al alumno las herramientas publicitarias disponibles en internet para el desarrollo de nuevas e innovadoras formas de promoción y captación de clientes a través de la red. También se le introducirá en el nuevo mundo de las redes sociales, para el posterior desarrollo del buzz marketing, blogs y foros con lo que optimizará la reputación online. Finalmente, el alumno conocerá y comprenderá los tipos de comercio electrónico: cómo se generan los precios online y será capaz de implantar entre los medios de pago existentes el que mejor se adapte a su negocio. Se dotará al alumno en todo momento, de los conocimientos necesarios para medir resultados.

OBJETIVOS

El objetivo general del curso es dotar al alumno del conocimiento del marketing online y las áreas que lo definen.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: EL E-MARKETING PLAN Y LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: Cómo desarrollar un E-Marketing Plan - Investigación de mercados (e-researching) - El comportamiento del cliente online. - El futuro que viene: Web 3.0.

UNIDAD 2: DISEÑO WEB PARA UN MARKETING EFECTIVO: El proceso de construcción de un sitio web - Fases del proceso de construcción de un sitio web - Crear y administrar el contenido - Escoger formas de desarrollo web - Optimización de sitios web: USABILIDAD - La tienda Online: qué es importante en el diseño - Obligaciones legales.

UNIDAD 3: PROMOCIÓN ONLINE: MARKETING DE BUSCADORES - SEO Y SEM: - Cómo funciona un buscador - SEO y el servidor - La construcción de la página y sus contenidos: dónde colocar las palabras clave - Identificar y optimizar palabras y expresiones clave - La web y su entorno: los enlaces. Factores Off- Page - White hat SEO vs. Black hat SEO - Herramientas de monitorización SERP - SEM y Google Adwords - Analítica web. Medición de resultados - Google Instant: lo más nuevo de Google.

UNIDAD 4: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN ONLINE: La campaña publicitaria - Banners y Rich Media - El vídeo publicitario - E-Mail Marketing y Permission marketing - Redes de afiliación - Otras herramientas online de promoción de productos - Mobile marketing - Medición de audiencia publicitaria.

UNIDAD 5: LAS REDES SOCIALES Y LA REPUTACIÓN ONLINE: Las Redes Sociales y las herramientas 2.0 - Comunidades virtuales. - El Social Media Marketing: el marketing viral, buzz marketing, el WOM - Los blogs y los foros - La gestión de la reputación online y el e-branding - La publicidad en las redes sociales (donde, cómo y para qué utilizarla) - El medio audiovisual en Internet - Otros modelos y estrategias para la captación, promoción y fidelización online.

UNIDAD 6: EL COMERCIO ELECTRÓNICO: Cómo montar un negocio virtual - Tipos de comercio electrónico (e-commerce) - Comercio electrónico B2C - Comercio electrónico B2B - El ciclo de pedido online - Sistemas internos de negocio: SPM, CRM y ERP - Determinación de PRECIOS en comercio electrónico - Medios de pago y seguridad - Medición de resultados en comercio electrónico: KPI's - Condiciones generales de contratación - El futuro del comercio electrónico: ¿el social shopping?.