

COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING ONLINE BÁSICO

25
HORAS

DESCRIPCIÓN

En este curso, el alumno asimilará en profundidad los conceptos básicos del marketing online y el comercio electrónico, de forma que al finalizar el curso disponga de los conocimientos necesarios para estructurar un plan e-marketing, aplicando las diferentes herramientas disponibles en los distintos medios online.

El alumno aprenderá a manejar con soltura las principales herramientas de marketing online existentes, como el SEO y SEM, la publicidad online, el email marketing y sus variantes.

Conocerá en detalle los aspectos legales y de desarrollo básicos en las tiendas virtuales y el comercio electrónico en general. El alumno aprenderá a manejar con soltura las herramientas de fidelización de clientes, y asimilará en profundidad cómo hacer un plan de comunicación y cómo nos pueden ayudar los nuevos medios móviles y digitales existentes para desarrollar la promoción de nuestros productos.

OBJETIVOS

El objetivo principal de este curso, es dotar al alumno de conocimientos básicos necesarios para desarrollar un plan de marketing on line, es decir, cómo promocionar sitios webs, tiendas virtuales o productos y servicios en internet y medios digitales.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO: Internet como medio de comunicación - Conceptos básicos del marketing online y principales diferencias con el marketing tradicional - Por dónde empezar: definir los objetivos y público objetivo - Herramientas de marketing online - Evolución y potencial del comercio electrónico - Productos y servicios que triunfan en comercio electrónico - Los factores de éxito de la venta online - Medición de resultados

UNIDAD 2: DISEÑO DE PÁGINAS WEB Y TIENDAS VIRTUALES: Tipos de web sites: web tradicional-chat - Organización de los contenidos de producto - Diseño de la interacción de usuario - Elementos básicos de una tienda - Optimización de la tasa de conversión visita-pedido - ¿Cuáles son los objetivos? - Desarrollo de una Web: metodología de desarrollo

UNIDAD 3: MARKETING DE BUSCADORES: Introducción: ¿Por qué hacer marketing en buscadores? - Tipos de Search Marketing - SEO (Search Engine Optimization) - SEM (Search Engine Marketing)

UNIDAD 4: TRADE MARKETING ON LINE: Email marketing - Permission marketing - Marketing de afiliación - Cobranding - Publicidad online - Marketing viral - Aspectos legales y éticos de la comunicación - Optimización de las comunicaciones: herramientas de gestión - Previsible evolución del email marketing: uso de RSS.

UNIDAD 5: ASPECTOS LEGALES E INSTITUCIONALES: Cómo montar un negocio virtual - Aspectos legales y éticos de la comunicación - Condiciones generales de contratación - Protección frente al fraude - Seguros para la actividad - Comercio internacional

UNIDAD 6: SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION): ¿Qué es SMO? - Blogs como medios de comunicación - Redes sociales - Buzz marketing o como influir en la imagen de mis productos y servicios a través de los nuevos medios

UNIDAD 7: LOGÍSTICA Y OPERACIONES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO: Aspectos claves de la logística: Disponibilidad y servicio - Métodos de transporte - Atención al cliente - Gestión del almacén y rotación del producto - Rotación y optimización de inventarios - Optimización del transporte y políticas de envío eficientes.

UNIDAD 8: EL PLAN DE COMUNICACIÓN ONLINE - DE LA ESTRATEGIA A LA TÁCTICA: Definición del público objetivo - Captación y fidelización - Formas de remuneración online entre soporte y anunciante - Blended marketing - Elaboración de planes óptimos - Optimización de resultados.

UNIDAD 9: MARKETING RELACIONAL, CRM Y FIDELIZACIÓN ON LINE: Principios básicos del Customer Relationship Management - Datawarehouse y datamining: Herramientas de investigación para la toma de decisiones - Técnicas de fidelización online - Medición de audiencias y análisis web - Qué medir en una tienda virtual.

UNIDAD 10: MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND: Aspectos claves de la movilidad - On portal: Vodafone Live, Emocion, otros portales propietarios - Off portal: iPhone y nuevos dispositivos - Televisión digital: nuevos hábitos de consumo. Consecuencias de la pérdida de la linealidad en el consumo medio - Nuevas formas de comunicar