



# Comercio electrónico y Marketing Online 2.0 Completo

Código: 140109

Duración: 120.00 horas

## Descripción

---

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

Aprenderemos 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. Sabremos cómo manejar las herramientas de fidelización de clientes, y cómo realizar un plan de comunicación utilizando los nuevos medios móviles y digitales existentes para desarrollar la promoción de nuestros productos.

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.

El Nivel Avanzado se centra fundamentalmente en las herramientas publicitarias disponibles en internet para el desarrollo de nuevas formas de promoción y captación clientes a través de la red. También nos introduce en el nuevo mundo de las redes sociales, para el posterior desarrollo del buzz marketing, blogs y foros con lo que optimizaremos 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 principal de este curso, es dotar al alumno de conocimientos avanzados necesarios para desarrollar un plan de marketing on line en su totalidad:
- Capacitar al alumno mediante las herramientas y conocimientos necesarios para crear de manera

profesional y autónoma un Plan de Marketing On Line completo, eficaz e innovador y hacer de él un experto en promoción sitios webs, tiendas virtuales o productos y servicios en internet y medios digitales.

### UNIDAD 1- INTRODUCCIÓN AL USO DE INTERNET

- Internet ¿Qué es?
- Ventajas de Internet como medio de comunicación
- Internet ¿Qué podemos hacer?
- Autopráctica - Navegando por internet
- World Wide Web
- Http y HTML
- Estructura de documento HTML
- ¿Qué es un navegador web?
- ¿Cuales son los navegadores principales?
- Buscadores
- Introducción a la Programación para la web

### UNIDAD 2- ARQUITECTURA DE INTERNET.

- Redes de ordenadores
- Comunicación entre ordenadores
- El caudal
- Las direcciones IP
- El protocolo TCP/IP
- Los routers o encaminadores
- El sistema de nombres de dominio (DNS)
- Autopráctica - Las direcciones IP y el DNS

### UNIDAD 3- DISEÑO DEL SITIO WEB

- ¿Qué es un Sitio Web?
- ¿Qué es un Servidor Web?
- Navegabilidad del sitio web
- Tipos de Sitios Web
- FTP y FileZilla
- Programas para publicar Webs
- Mi primer alojamiento web gratuito
- El panel de control de mi sitio web
- Acceder a 100webspaces
- Conectarse a 100webspaces desde filezilla
- Gestión de sitios web remotos con el FTP Filezilla
- Simulación - Instalar filezilla
- Autopráctica - Mi primera publicación
- Autopráctica - Creación de subdominio
- Usabilidad en nuestro sitio web

### UNIDAD 4- LA TIENDA VIRTUAL Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO

- Qué es el comercio electrónico
- Qué es una tienda virtual
- Montar un negocio virtual
- Cómo organizar productos en una tienda virtual
- Escaparate o Storefront
- Organización de nuestros catálogos de contenidos

- Objetivos de una tienda virtual
- Primeros pasos en comercio electrónico
- Diseño del site de una tienda virtual
- Trastienda o Backoffice
- Estándares de Seguridad y Medios de Pago
- Medios de pago
- Principios de Accesibilidad Web
- Qué debemos medir en una Tienda Virtual
- Opciones de Tecnología de una tienda virtual
- Puntos clave para un negocio on-line
- Factores de éxito para vender en internet
- Por qué tienen más éxito unos negocios que otros en Internet
- Autopráctica - Compras en Internet
- Autopráctica - Proyecto tienda virtual
- Autopráctica - Diseño comercial de la web
- Autopráctica - La Tienda Virtual y el Comercio Electrónico

#### UNIDAD 5- MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET

- Comercio electrónico B2B
- Comercio electrónico B2C
- Aspectos diferenciales de los negocios B2B vs B2C
- Introducción al B2A
- Otros Modelos de Negocio
- Portales Web
- Intranet/Extranet
- Autopráctica - Modelos de Negocio
- Actividad - Modelos de Negocio - Rodolfo Carpintier

#### UNIDAD 6- LOGÍSTICA Y OPERACIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

- Logística
- Objetivos de la Logística
- Atención al Cliente
- E-fulfillment
- El ciclo de pedido online
- Gestión del Almacén
- Rotación de Inventario
- Aprovisionamiento electrónico (E-procurement)
- E-Procurement
- Autopráctica - Logística
- Autopráctica - Optimizar Servicios de la Tienda Virtual

#### UNIDAD 7- CONCEPTOS DE MARKETING

- Fundamentos del marketing
- Marketing mix
- Posicionamiento
- Autopráctica - Posicionamiento
- Autopráctica - mejorar el posicionamiento de una empresa
- Ciclo de vida del producto
- Tipos de Precios

- Política de precios
- Autopráctica - Fijación de precios
- Investigación de Mercado
- Plan de Marketing
- Diez Pasos para crear un Plan de Marketing Viable

#### UNIDAD 8- MARKETING ON LINE, CRM Y TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN

- Posibilidades del marketing online
- Los perfiles profesionales del marketing 2.0
- Principales Herramientas para potenciar el Marketing On Line
- Principales Objetivos del Marketing On Line
- Blended Marketing
- El Plan de E-marketing
- Determinación de precios en comercio electrónico
- Cobranding y Publicidad en Internet
- Marketing Relacional y CRM
- Técnicas de Fidelización Online
- Webmining
- Medición de Audiencias Online
- Autopráctica - Marketing OnLine, CRM y Fidelización

#### UNIDAD 9- PLAN DE COMUNICACIÓN ON LINE

- Etapa 1: Identificar el Público Objetivo
- Etapa 2: Identificar Palabras Clave
- Etapa 3: Publicar Contenidos
- Etapa 4: Potenciar Vínculos
- Etapa 5: Medir Resultados
- Elaboración de planes óptimos
- La Gestión de la Reputación Online y e-branding
- Publicity
- Autopráctica - Investigación de mercados
- Autopráctica - Plan de Comunicación

#### UNIDAD 10- HERRAMIENTAS DEL MARKETING ON LINE

- Cómo hacer una campaña publicitaria On Line
- Otras Modalidades de Promoción Online
- Los Leads
- Selección de palabras clave
- Campañas de video marketing
- E-mail Marketing
- La longitud del asunto, en gestores de correo y campañas de email marketing
- Conseguir contactos y bases de datos para campañas de email marketing (I)
- Personalización de la oferta y Permission marketing
- Permission Marketing
- Marketing Viral
- Marketing de afiliación
- Qué es Trade Marketing
- Indicadores clave de desempeño (KPI)
- Autopráctica - Procedimientos de Captación de Clientes

- Autopráctica - Herramientas de Marketing OnLine

## UNIDAD 11- MARKETING DE BUSCADORES

- Cómo funciona el marketing de buscadores
- Diferencia entre posicionamiento natural y publicitario
- Búsqueda Orgánica o SEO
- Cómo funciona el algoritmo de Google
- Conseguir ser presentado en las búsquedas de Google
- Relevancia del contenido
- Eligiendo palabras objetivo
- La importancia de los enlaces entrantes
- Normas de calidad de contenido de Google. Directrices técnicas
- Técnica para conseguir ser enlazado
- La importancia de las palabras de enlace
- Enlaces y textos de enlaces
- Enlaces internos
- Presentación del contenido. La importancia de todos los detalles
- Densidad de página y densidad de keyword (Keyword density)
- Utilización de etiquetas de clasificación y énfasis
- Equilibrio código/contenido. Maquetación con capas y css
- Uso de Frames
- Redirects
- Enlaces Javascript y Flash
- Cloacking o páginas exclusivas para buscadores
- Comandos útiles de Google
- SEM y Google Adwords
- Posicionamiento publicitario y pago por click
- Compra de palabras clave y SEM
- Google Adwords
- Publicidad basada en resultados
- Posicionamiento en Google Maps
- Herramientas de Monitorización SERP
- Google Trends
- Autopráctica Google Trends
- Informes de Google
- Google Analytics
- Medir y Analizar Resultados
- Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics
- Autopráctica - KPIs
- Autopráctica - KPIs II

## UNIDAD 12- SMO (SOCIAL MEDIA OPTIMIZATION)

- El Origen de los Medios Sociales
- Tipos de Medios Sociales
- Marketing en Medios Sociales
- El Plan de Medios Sociales
- Estrategias de Social Media
- Campañas en Medios Sociales

- Objetivos Generales de una Campaña en Redes Sociales
- El Crowdsourcing
- Medición de Resultados de un Social Media Plan
- Autopráctica: Desarrollo del Plan de Medios Social
- Analítica Social y Estrategia
- Analítica Social y Estrategia: Objetivos
- IOR: Impact of Relationship
- Autopráctica: Análisis de una medición de Social Media
- Autopráctica - SMO

#### UNIDAD 13- REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTA DE MARKETING

- Tipos de Redes Sociales
- ¿Por qué hacer marketing en Redes Sociales?
- El Marketing Viral y las Redes Sociales
- La publicidad en las Redes Sociales. Dónde, cómo y para qué
- Herramientas para crear y organizar contenido en Redes Sociales
- Facebook
- Crear contenido para Facebook
- Malas prácticas para generar contenido en Facebook
- Tuenti
- Twitter
- Crear contenido para Twitter
- Buenas prácticas de uso de Twitter
- Malas prácticas en Twitter
- Youtube
- LinkedIn y Xing
- MySpace y Las Redes Sociales Profesionales
- Redes Sociales Profesionales en España
- Flickr
- Otras Redes Sociales Importantes
- Aplicaciones para la Gestión de Redes Sociales
- Geolocalización en las Redes Sociales
- Autopráctica: Vincular un site con las redes sociales
- Autopráctica - Redes Sociales como Herramienta

#### UNIDAD 14- LOS BLOGS COMO HERRAMIENTAS DE MARKETING

- Los Blogs como herramienta de marketing
- Mis primeros pasos con el Blog
- Los factores del éxito en los Blogs

#### UNIDAD 15- COMUNIDADES VIRTUALES Y EL COMMUNITY MANAGER

- Las Comunidades Virtuales
- Perfiles de usuarios
- Tipos de comunidades
- Perfil y Habilidades del Community Manager
- ¿Toda empresa necesita un community manager?
- Funciones, Tareas y Responsabilidades del Community Manager
- ¿Qué debe saber un Community Manager sobre la marca?
- Escuchar al cliente

- Conocer a la competencia
- Las 7 "C" del Community Management
- Herramientas del Community Manager
- Bancos de imágenes
- Alertas de mención
- Administradores de múltiples perfiles en redes sociales
- Herramientas analíticas
- Trabajo en equipo
- Consejos para resolver crisis en redes sociales
- Pautas para crear concursos en redes sociales
- Organización interna de un concurso
- Recomendaciones para preparar un concurso en una red social
- Cómo presentar el resultado de nuestro trabajo como Community Managers
- Qué evitar en un informe sobre nuestra actividad como Community Managers
- Lograr un buen informe sobre nuestra actividad como Community Managers
- Autopráctica: Análisis de la actividad de un CM

#### UNIDAD 16- SINDICACIÓN DE CONTENIDOS Y PODCASTING

- Sindicación de Contenidos
- ¿Por qué y cómo usar RSS?
- Lector de Feed
- ¿Qué tipos de contenidos puede ofrecernos el RSS?
- Cómo reunir los Feeds RSS
- PodCasting
- Radar de Noticias Personales
- Lifestreaming
- Crear nuestro propio Feed RSS
- Directorios RSS
- Autopráctica: Podcast
- Autopráctica: RSS

#### UNIDAD 17- MOBILE MARKETING, TELEVISIÓN DIGITAL Y VIDEO ON DEMAND

- Falta - Conexiones a internet a través de móvil
- Marketing Móvil
- Formas de conectarse a Internet a través del móvil
- Otras aplicaciones de marketing móvil
- Formatos estándares en Internet Móvil
- Marketing de móviles
- 10 Consejos para una estrategia de Marketing Movil
- SMS Marketing
- Televisión Digital
- Televisión por Internet
- Autopráctica - Televisión digital y SMS

#### UNIDAD 18- ASPECTOS LEGALES, INSTITUCIONALES Y DE SEGURIDAD

- Aspectos legales del Comercio Electrónico
- Requisitos que deben cumplir los sitios web
- Limitaciones y restricciones por Leyes
- Condiciones generales de contratación



- Las Políticas de privacidad o normativas de confidencialidad de nuestro sitio web
- Adaptación a la LOPD
- Aspectos de Seguridad
- Amenazas a la Seguridad
- Tipos de Fraude
- Protección contra el fraude
- Mejoras deseadas en la Protección contra fraude
- Seguridad
- Autopráctica - Aspectos Legales de la Contratación