

# Diseño Comercial de Páginas Web

**Duración:** 56 horas.

**Modalidad:** online

## Contenidos

- **1. Unidad 1: El internauta como cliente potencial y real**
  - Unidad 1: El internauta como cliente potencial y real
  - E-marketing Plan
  - Comportamiento del Cliente Internauta
  - Autopráctica – Análisis e-marketing Plan
  - Público Objetivo
  - Blended Marketing
  - Buscadores
  - I.- Posicionamiento SEO
  - II.- Posicionamiento SEO
  - Herramienta SEM
  - Google Adwords
  - Ratio de Conversión
  - Autopráctica – Plan de Comunicación
  - Fidelización
  - Buscar la fidelización
  - Documentación
- **2. Test Unidad 1**
  - Test Unidad 1
- **3. Unidad 2: Criterios Comerciales en el Diseño de Páginas Web**
  - Unidad 2: Criterios Comerciales en el Diseño de Páginas Web

- Introducción
- Pasos para diseñar un sitio web
- Navegabilidad del sitio web
- Usabilidad en nuestro sitio web II
- Usabilidad: estructura del site
- Usabilidad: elementos de navegación
- Usabilidad: tamaño y formato de las páginas web
- Usabilidad: enlaces del sitio web
- Usabilidad: navegadores y tipografías
- Usabilidad: tipografías
- Usabilidad: gráficos e imágenes
- Tipos de sitios web
- Cómo organizar y diseñar los productos del sitio web
- Organización de nuestros catálogos de contenidos
- Opciones de tecnología de base de nuestra tienda virtual
- Errores más comunes en tiendas virtuales
- Objetivos de una tienda virtual
- Autopráctica – Compras en Internet
- Documentación
- **4. Test Unidad 2**
  - Test Unidad 2
- **5. Unidad 3: La Promoción online y el Marketing Viral**
  - Unidad 3: La Promoción online y el Marketing Viral
  - Puntos clave para un negocio on-line
  - Factores de éxito para vender en internet
  - Cómo hacer una campaña publicitaria
  - Objetivos de una campaña de publicidad online
  - Videos publicitarios y formas de remuneración

- Qué es el Marketing Viral
- La viralidad de los mensajes publicitarios
- Email-Marketing
- Medidores de éxito en campañas de Email-Marketing
- Adaptación a la LOPD
- Autopráctica – Marketing Viral
- Programas o redes de afiliados
- Unirse a un Programa de Afiliación
- Posibilidades en Internet móvil
- Motivos para buscar la Fidelización
- Autopráctica – Fidelizar clientes
- Indicadores clave de desempeño (KPI)
- Documentación
- **6. Test Unidad 3**
  - Test Unidad 3
- **7. Unidad 4: Medios de Pago y Aspectos legales en Internet**
  - Unidad 4: Medios de Pago y Aspectos legales en Internet
  - Qué es un Carrito de Compra
  - TPV virtual
  - Cómo funciona el TPV virtual
  - Medios de pago telefónico
  - Pagos en el B2C
  - Métodos de pago en el B2C (II)
  - Pagos en el B2B
  - Estándares de seguridad y pago para el comercio electrónico
  - Tipos de Fraude Online
  - Aspectos Legales
  - Autopráctica – Aspectos Legales de la Contratación

- Documentación
- **8. Test Unidad 4**
  - Test Unidad 4
- **9. Unidad 5: Gestión de la Tienda Virtual**
  - Unidad 5: Gestión de la Tienda Virtual
  - La logística
  - Objetivo de la Logística
  - Atención al Cliente
  - Gestión del Almacén
  - Rotación de Inventario
  - E-FULFILLMENT (I)
  - E-FULFILLMENT (II)
  - El ciclo de pedido online
  - Aprovisionamiento electrónico (E-procurement)
  - Autopráctica – Optimizar Servicios de la Tienda Virtual
  - Documentación
- **10. Test Unidad 5**
  - Test Unidad 5
- **11. Conclusión**
  - Conclusión