

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