

Formación 100% subvencionada por:



CONSELLERÍA DE
PROMOCIÓN DO EMPREGO
E IGUALDADE



Financiado pola
Unión Europea
NextGenerationEU



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL
Y DEPORTES



Plan de
Recuperación,
Transformación
e Resiliencia

Marketing en Liña: Deseño e Promoción de Sitios Web (30 horas)



Tutorización

O teu titor persoal acompañarache desde o primeiro día e axudarache a lograr os teus obxectivos



Formación en liña

Os mellores contidos e ferramentas para aprender a distancia, onde e cando queiras



Diploma

Consegue o teu certificado que acredita o correcto aproveitamento do curso

FEDERACIÓN
GALEGA
COMERCIO

Fórmate e avanza na túa carreira profesional. Matrícula aberta!



Marketing en Liña: Deseño e Promoción de Sitios Web (30 horas)

Curso gratuito para persoas traballadoras, autónomas e desempregadas de Galicia

A **Consellería de Promoción do Emprego e Igualdade e a Federación Galega de Comercio (FGC)**

poñen en marcha un convenio de colaboración para a realización de accións formativas para persoas traballadoras, autónomas e desempregadas de Galicia.

O obxectivo principal desta formación gratuita é impulsar as aspiracións de promoción profesional do conxunto de galegos e galegas, mellorando as súas competencias e habilidades para dar resposta ás necesidades actuais do mercado laboral. Que vas conseguir?

- Completar a túa formación gratis nunha materia concreta.
- Adaptarte á transformación dixital incorporando e promovendo o uso das novas tecnoloxías.
- Aumentar a satisfacción e a motivación para asumir novas responsabilidades ou funcións dentro da empresa.

Obxectivo principal do curso

Realizar as operacións básicas de deseño e promoción de sitios web tendo en conta o comportamento do cliente en liña, a navegabilidade e as técnicas de publicidade en liña, a partir do marketing en liña.

1 INTERNET MARKETING: CONCEPTOS XERAIS E FERRAMENTAS

- 1.1. O concepto Marketing.
- 1.2. Etapa de orientación á produción.
- 1.3. Orientación ás vendas.
- 1.4. Da etapa de vendas ao marketing.
- 1.5. O marketing tras a chegada da internet.
- 1.6. Breve historia da internet.
- 1.7. Internet como ferramenta de marketing.
- 1.8. Beneficios da internet para o Marketing.
- 1.9. Diferenzas de ideas e conceptos entre o marketing en liña e o marketing tradicional.
- 1.10. Os catálogos electrónicos.
- 1.11. O nacemento do marketing electrónico.
- 1.12. Como desenvolver un Electronic Marketing Plan (EMP).

2 O PLAN DE MARKETING

- 2.1. As fases dun e-Marketing Plan (EMP).
- 2.2. Análise da situación.
- 2.3. Análise interna da propia empresa.
- 2.4. Análise da contorna.
- 2.5. Contorna xeral.
- 2.6. Contorna comercial.
- 2.7. Debilidades, Fortalezas, Ameazas e Oportunidades.
- 2.8. Os obxectivos dun e-Marketing Plan (EMP).
- 2.9. O Modelo AIDA. As variables do e-Marketing Mix.

3 O COMPORTAMENTO DO CLIENTE EN LIÑA

- 3.1. As variables nos modelos de comportamento do consumidor.
- 3.2. As variables Independentes.
- 3.3. Características persoais.
- 3.4. Características ambientais.

(O COMPORTAMENTO DO CLIENTE EN LIÑA)

- 3.5. As variables intervinientes (Moderadas).
- 3.6. As variables dependentes: As decisións de compra.
- 3.7. O proceso de toma de decisión do consumidor.
- 3.8. Modelo xenérico de decisión de compra.

4

COMO PROMOCIONAR E CONSTRUÍR UN SITIO WEB

- 4.1. Plataforma: o proceso de construción dun sitio web.
- 4.2. Front-office e Back-office.
- 4.3. Fases proceso de construción dun sitio web.
- 4.4. Seleccionar un modelo de hospedaxe ou aloxamento Web.
 - 4.4.1. Rexistrar un nome de dominio.
 - 4.4.2. Crear e administrar o contido.
- 4.5. Diseñar o sitio web.
 - 4.5.1. Construír o sitio web e probalo.
- 4.6. Presentación: o deseño efectivo dun sitio web WON versus WOE.
 - 4.6.1. A estrutura dun sitio web.
 - 4.6.2. A estrutura xerárquica.
 - 4.6.3. Outras estruturas non xerárquicas.
- 4.7. A páxina de benvinda (homepage)

5

NAVEGABILIDADE

- 5.1. As barras de navegación.
- 5.2. Os mapas do sitio web.
- 5.3. Ferramentas de procura e axudas.
- 5.4. Consistencia.
- 5.5. Rendemento.
- 5.6. Aparencia.
- 5.7. Control da calidade.

6 QUEN CONSTRÚEN OS WEB SITES?

- 6.1. Os contidos.
- 6.2. As cookies como ferramenta de axuda á personalización de contidos.
- 6.3. Como atraer navegantes a un sitio web.
- 6.4. Estratexias en liña.
- 6.5. Posicionamento en buscadores.
- 6.6. Titles.
- 6.7. META description.
- 6.8. META keywords.
- 6.9. HTML body structure.

7 ALGÚNS CONSELLOS ADICIONAIS

- 7.1. Publicidade en liña.
- 7.2. Banners.
- 7.3. Alternativas aos banners convencionais.
- 7.4. Como se contrata a publicidade en liña.

8 ALGÚNS CONCEPTOS RELACIONADOS COA PUBLICIDADE EN LIÑA

- 8.1. Formas de contratación de publicidade en liña.
- 8.2. Programas de afiliación.
- 8.3. E-mail marketing.
- 8.4. Vantaxes da publicidade en liña.
- 8.5. Estratexias offline.



Formación 100% subvencionada por:



**FEDERACIÓN
GALEGA DE
COMERCIO**

