

# Marketing digital

Paniagua Martín, Fernando, autor

/ Fernando Paniagua Martín, Adolf Rodés Bach. -- Segunda edición. -- Bogotá : Ecoe Ediciones ; Madrid : Ediciones Paraninfo, 2024.

243 páginas. -- (Economía, finanzas, empresa y gestión. Ventas y marketing - mercadeo en línea)

Incluye datos curriculares de los autores.

ISBN 978-958-503-833-2 -- 978-958-503-834-9 (e-book)

1. Mercadeo en internet 2. Comercio electrónico 3. Relaciones comerciales I. Rodés Bach, Adolf, autor

CDD: 658.872 ed. 23

CO-BoBN- a1134087

---



**Área:** *Economía, finanzas, empresa y gestión*

**Subárea:** *Ventas y marketing / Mercadeo en línea*

**ECOE**  
**EDICIONES**

**Paraninfo**

© Fernando Paniagua Martín

© Adolf Rodés Bach

© Ediciones Paraninfo, SA

info@paraninfo.es

www.paraninfo.es

Teléfono: (+34) 914 463 350

Calle José Abascal 41,

Oficina 701. 28003

Madrid, España

© Ecoe Ediciones S.A.S.

info@ecoediciones.com

www.ecoediciones.com

Carrera 19 # 63 C 32

Teléfono: (+57) 321 226 46 09

Bogotá, Colombia

**Segunda edición:** Bogotá, febrero del 2024

**ISBN:** 978-958-503-833-2

**e-ISBN:** 978-958-503-834-9

Directora editorial: Ana María Rueda G.

Coordinadora editorial: Paula Bermúdez B.

Editora de adquisiciones: Alejandra Cely R.

Carátula: Wilson Marulanda Muñoz

Impresión: Xpress Estudio Gráfico y Digital

Carrera 69 H # 77 - 40

*Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio  
sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.*

*Impreso y hecho en Colombia - Todos los derechos reservados*

Este libro desarrolla los contenidos del módulo profesional de **Marketing Digital**, de los Ciclos Formativos de grado superior en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, y en Marketing y Publicidad, pertenecientes a la familia profesional de Comercio y Marketing.



Las unidades del libro se acompañan de multitud de **recursos didácticos** que ayudarán al futuro técnico a comprender la materia y acercarlo a su inminente realidad laboral:

En esta **nueva edición** se exponen los fundamentos de los medios digitales y de internet y sus servicios desde una perspectiva asequible para usuarios sin un conocimiento técnico previo profundo. Se incorporan nuevas tecnologías y herramientas, como las plataformas de trabajo colaborativo más recientes, así como la aplicación orientada al marketing de otras más consolidadas, como las redes sociales o los canales de comunicación digital de uso cotidiano. Se ha realizado una gran actualización de los contenidos relacionados con el marketing digital para recoger tanto las nuevas aplicaciones como los nuevos usos de las ya existentes, desde un enfoque asequible, práctico y totalmente actualizado.

- Lenguaje claro y sencillo que favorece la comprensión.
- Explicaciones exhaustivas y rigurosas, pero también amenas y asequibles.
- Numerosos ejemplos prácticos extraídos de la realidad.
- Legislación totalmente actualizada.
- Actividades propuestas y resueltas intercaladas con la teoría.
- Recuadros con información complementaria.
- Tablas, fotografías, capturas y figuras explicativas que acercan al alumnado a la realidad de su especialidad.
- Mapas conceptuales para fijar y repasar todo lo aprendido en cada unidad.
- Actividades finales de distinto tipo para revisar que se han asimilado los conceptos expuestos en cada unidad.
- Enlaces web de interés.
- Caso práctico final explicado paso a paso.



Este libro dispone de los siguientes **materiales y recursos** disponibles en línea para el **profesorado** que confirme su adopción como libro de texto para impartir la materia:

- **Programación didáctica.**
- **Solucionario.**
- **Presentación en PowerPoint.**
- **Material y documentación extra** («Instrucciones de instalación de PrestaShop en documento digital y en vídeo»).
- **Examina.**
- **LDP (Libro Digital Proyectable).**

Materiales disponibles en

[www.paraninfo.es](http://www.paraninfo.es)



Este libro dispone además de **materiales y recursos previo registro** disponibles en línea para el **alumnado**:

- **Material y documentación extra** («Instrucciones de instalación de PrestaShop en documento digital y en vídeo»).

# Contenido

## Unidad 1 3

### INTERNET Y LA WEB: FUNCIONAMIENTO Y ACCESO

- 1.1. Redes de ordenadores: internet, extranet e intranet. . . . . 4
- 1.2. Funcionamiento de internet: conjunto de protocolos TCP/IP . . . . . 7
  - 1.2.1. Protocolos. . . . . 7
  - 1.2.2. TCP/IP. . . . . 9
- 1.3. World Wide Web . . . . . 11
  - 1.3.1. Funcionamiento básico de la red: modelo cliente-servidor . . . . . 11
  - 1.3.2. Direcciones URL y protocolos HTTP y HTTPS. . . . . 12
  - 1.3.3. HTML y CSS . . . . . 15
  - 1.3.4. Navegadores web . . . . . 17
- 1.4. Buscadores: búsqueda, navegación y organización . . . . . 20
- 1.5. Proveedores de acceso a internet y tipos de conexión, hospedaje y la nube . . . . . 23
  - 1.5.1. Proveedores de acceso a internet y tipos de conexión . . . . . 23
  - 1.5.2. Hospedaje y la nube. . . . . 24
- Mapa conceptual . . . . . 26
- Actividades finales . . . . . 27

## Unidad 2 31

### SERVICIOS Y PROTOCOLOS DE INTERNET

- 2.1. Fundamentos del correo electrónico . . . . . 32
  - 2.1.1. Servidor de correo electrónico. . . . . 32
  - 2.1.2. Cliente de correo electrónico. . . . . 33
  - 2.1.3. Webmail o correo web. . . . . 34
  - 2.1.4. Protocolos. . . . . 35

- 2.1.5. Terminología asociada a los correos electrónicos. . . . . 36

- 2.2. Servicio de transferencia de ficheros FTP. . . . . 40
- 2.3. Comunicación a través de internet: servicios de mensajería, voz y vídeo. . . . . 41
  - 2.3.1. Servicios de mensajería instantánea . . . . . 42
  - 2.3.2. Servicios de voz . . . . . 43
  - 2.3.3. Servicios de videoconferencia . . . . . 44
  - 2.3.4. Herramientas de comunicación en equipo . . . . . 45
  - 2.3.5. Servicios de comunicación basados en la realidad virtual. . . . . 45
  - 2.3.6. Redes sociales. . . . . 46
- 2.4. Acceso a los recursos de internet. . . . . 46
  - 2.4.1. Recursos web . . . . . 47
  - 2.4.2. Redes P2P. . . . . 48
  - 2.4.3. Servidores FTP . . . . . 48
- 2.5. Otros servicios y protocolos . . . . . 48
- 2.6. Detección y prevención de fraudes . . . . . 49
  - 2.6.1. Prevención de la suplantación de identidad (*phishing*). . . . . 49
  - 2.6.2. Certificados de seguridad. Protocolo HTTPS . . . . . 50
  - 2.6.3. Gestión correcta de contraseñas . . . . . 51
  - 2.6.4. Correo basura o *spam* . . . . . 52
  - 2.6.5. Otras medidas que hay que tomar. . . . . 52
- 2.7. Aspectos legales del software y de los recursos de internet. . . . . 53
  - 2.7.1. Derechos de autor o *copyright* . . . . . 53
  - 2.7.2. *Copyleft* . . . . . 53
  - 2.7.3. Dominio público. . . . . 54



2.7.4. Tipos de licencias de *software* . . . 54  
 Mapa conceptual . . . . . 55  
 Actividades finales . . . . . 56

**Unidad 3 61**

**COMERCIO ELECTRÓNICO Y RELACIONES DIGITALES SEGURAS**

- **3.1.** Factura electrónica y *e-commerce* . . . . . 62
  - 3.1.1. *E-commerce* . . . . . 62
  - 3.1.2. Factura electrónica . . . . . 62
  - 3.1.3. Formato *Facturae* . . . . . 64
- **3.2.** Certificado y firma electrónicos . . . . . 67
  - 3.2.1. Certificado electrónico . . . . . 68
  - 3.2.2. Firma electrónica . . . . . 69
  - 3.2.3. Relación entre certificado y firma digital . . . . . 70
- **3.3.** Relación digital con la Administración y las entidades privadas . . . . . 70
  - 3.3.1. Banca electrónica . . . . . 70
  - 3.3.2. Seguridad Social . . . . . 71
  - 3.3.3. Agencia Tributaria . . . . . 73
  - 3.3.4. Administración autonómica . . . . . 74
  - 3.3.5. Administraciones locales . . . . . 74
  - 3.3.6. Otras entidades públicas . . . . . 75
- **3.4.** Formatos digitales . . . . . 76
  - 3.4.1. PDF . . . . . 76
  - 3.4.2. CSV . . . . . 77
  - 3.4.3. Texto plano o TXT . . . . . 78
  - 3.4.4. ODF . . . . . 78
  - 3.4.5. Microsoft Office . . . . . 78
  - 3.4.6. XML . . . . . 78
  - 3.4.7. JSON . . . . . 79
  - 3.4.8. Imágenes . . . . . 79
  - 3.4.9. Audio y vídeo . . . . . 79
  - 3.4.10. Formatos de compresión de datos . . . . . 80
- **3.5.** Servicios de la web . . . . . 80
  - 3.5.1. Administraciones públicas . . . . . 80
  - 3.5.2. Empleo . . . . . 81
  - 3.5.3. Inmobiliarias . . . . . 81
  - 3.5.4. Compras y ventas . . . . . 81
  - 3.5.5. Servicios de mensajería . . . . . 82
  - 3.7.6. Pasarelas de pago . . . . . 82
- **3.6.** Seguridad microinformática y web . . . . . 83
  - 3.6.1. *Hackers, hacking ético y deep web* . . . . . 83

- 3.6.2. Virus, gusanos y troyanos . . . . . 83
- 3.6.3. *Spam* . . . . . 84
- 3.6.4. *Adware* y *spyware* . . . . . 85
- 3.6.5. *Phishing* . . . . . 85
- 3.6.6. Antivirus . . . . . 86
- 3.6.7. Cortafuegos . . . . . 86
- 3.6.8. *Cookies* y navegación de incógnito . . . . . 86

Mapa conceptual . . . . . 87  
 Actividades finales . . . . . 88

**Unidad 4 93**

**RELACIONES COMERCIALES A TRAVÉS DE INTERNET Y DE LA WEB**

- **4.1.** Redes sociales . . . . . 94
  - 4.1.1. Facebook . . . . . 95
  - 4.1.2. Instagram . . . . . 98
  - 4.1.3. Twitter . . . . . 99
  - 4.1.4. TikTok . . . . . 99
  - 4.1.5. LinkedIn . . . . . 100
- **4.2.** Herramientas de comunicación individuales . . . . . 101
- **4.3.** Herramientas de comunicación en grupo . . . . . 102
- **4.4.** Portales multimedia . . . . . 102
- **4.5.** Aplicaciones para dispositivos móviles . . . . . 104
- **4.6.** Blogs, foros y servicios de distribución de contenidos . . . . . 104
  - 4.6.1. Blogs . . . . . 104
  - 4.6.2. Foros . . . . . 105
  - 4.6.3. *Streaming* . . . . . 106
  - 4.6.4. *Podcast* . . . . . 106
  - 4.6.5. Servicios de distribución de contenidos . . . . . 106

Mapa conceptual . . . . . 108  
 Actividades finales . . . . . 109

**Unidad 5 113**

**CREACIÓN DE PÁGINAS WEB**

- **5.1.** Creación de páginas web: conceptos básicos . . . . . 114
  - 5.1.1. Portal web . . . . . 114
  - 5.1.2. Estructura del sitio web: mapa del sitio web, migas de pan y páginas *home* y *landing* . . . . . 115



- 5.1.3. HTML ..... 117
- 5.1.4. CSS ..... 119
- 5.1.5. Diseño adaptativo (*responsive web design*) ..... 121
- 5.1.6. Web dinámica: lenguajes de programación ..... 121
- 5.1.7. CMS ..... 122
- 5.1.8. Herramientas web para la creación de páginas ..... 124
- 5.2. Nombres de dominio y alojamiento de páginas web. .... 124
  - 5.2.1. Nombres de dominio y registro ..... 124
  - 5.2.2. Alojamiento de páginas web ..... 126
- 5.3. Posicionamiento en buscadores: SEO ..... 127
- 5.4. Accesibilidad y usabilidad. .... 128
- 5.5. Comercio *online* ..... 129
- Mapa conceptual ..... 132
- Actividades finales ..... 133

**Unidad 6** **137**

**DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL**

- 6.1. Desarrollo del plan de marketing digital. .... 138
- 6.2. Análisis y diagnóstico de la situación actual centrada en el contexto tecnológico ..... 138
  - 6.2.1. ¿A quién debe dirigirse el plan de marketing?..... 140
- 6.3. Establecimiento de objetivos ..... 142
- 6.4. Herramientas de marketing digital ..... 146
  - 6.4.1. Web corporativa ..... 146
  - 6.4.2. Tienda virtual ..... 146
  - 6.4.3. *Microsite* ..... 146
  - 6.4.4. Blog ..... 147
  - 6.4.5. *Landing page* ..... 148
- 6.5. Diseño de estrategias. *Outbound marketing*. .... 149
- 6.6. Diseño de estrategias. *Inbound marketing*. .... 152
  - 6.6.1. Metodología del *inbound marketing* ..... 153
- 6.7. Control y medición de resultados de las acciones de marketing ..... 160
- Mapa conceptual ..... 163
- Actividades finales ..... 164

**Unidad 7** **169**

**ESTRATEGIAS DEL MARKETING DIGITAL**

- 7.1. Comportamiento del cliente *online* ..... 170
  - 7.1.1. Actitud del consumidor *online* ..... 170
  - 7.1.2. Proceso de toma de decisión de la compra ..... 171
- 7.2. Herramientas de posicionamiento en buscadores: SEM y SEO. .... 173
  - 7.2.1. Posicionamiento SEO. *Snippets* ..... 174
  - 7.2.2. Posicionamiento SEM. .... 177
- 7.3. Tipología del marketing digital. .... 179
  - 7.3.1. Marketing de afiliación ..... 179
  - 7.3.2. Marketing relacional y gestión de la relación con los clientes (CRM) ..... 180
  - 7.3.3. *Cross marketing* ..... 182
  - 7.3.4. Marketing viral. .... 182
  - 7.3.5. Marketing *one-to-one* ..... 183
  - 7.3.6. Marketing visual ..... 185
- 7.4. Nuevas tendencias en comunicación y relación con el cliente. .... 187
  - 7.4.1. Explotación del sentimiento de curiosidad. .... 188
  - 7.4.2. Explotación del sentimiento de autoestima. .... 189
  - 7.4.3. Actitudes y motivaciones en el uso de Instagram, TikTok, *reels* y recursos análogos ..... 189
- 7.5. *Influencers*. Definición y uso en la estrategia de marketing ..... 190
- Mapa conceptual ..... 194
- Actividades finales ..... 195

**Unidad 8** **199**

**DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA DE COMERCIO ELECTRÓNICO DE UNA EMPRESA**

- 8.1. Idea y diseño de una tienda virtual. .... 200
  - 8.1.1. Ventajas competitivas de la tienda virtual ..... 200
  - 8.1.2. Limitaciones del comercio electrónico ..... 202
  - 8.1.3. Diseño de la tienda virtual ..... 204



■ 8.2. Modelos de negocio digital . . . . .	210
8.2.1. Modelo B2B ( <i>business to business</i> ). . . . .	210
8.2.2. Modelo C2C ( <i>consumer to consumer</i> ). . . . .	212
8.2.3. Modelo B2C ( <i>business to consumer</i> ). . . . .	213
■ 8.3. Selección y registro de un dominio . . . . .	214
■ 8.4. Escaparate web y catálogo electrónico. . . . .	215
■ 8.5. Aspectos jurídicos del comercio electrónico. . . . .	217
■ 8.6. La reclamación como instrumento de fidelización del cliente . . . . .	219
■ 8.7. Medios de pago electrónicos . . . . .	222
■ 8.8. Negocios electrónicos: <i>e-procurement</i> , <i>e-marketplace</i> , <i>e-auction</i> , etcétera . . . . .	223
■ 8.9. Parques empresariales virtuales . . . . .	224
Mapa conceptual . . . . .	226
Actividades finales . . . . .	227

## Caso práctico final 231

### ABRIMOS UNA TIENDA REAL EN LÍNEA

■ C.1. Concepción inicial del negocio. ¿Qué vender? . . . . .	232
■ C.2. Elección del modelo de negocio virtual más adecuado. . . . .	232
C.2.1. Primera etapa: registro de datos personales . . . . .	233
C.2.2. Segunda etapa: exposición de artículos . . . . .	234
C.2.3. Tercera etapa: operación de venta. . . . .	240
C.2.4. Cuarta etapa: entrega del pedido. . . . .	240
■ C.3. Conclusiones y experiencias. . . . .	241