

COMERCIO ELECTRÓNICO 40 Horas

Objetivo General: Adquirir conocimientos sobre los fundamentos, procedimientos y herramientas disponibles en internet para el marketing y la comercialización electrónica dentro del marco legal y conforme a los medios de pago más utilizados.

10. CONTENIDOS FORMATIVOS:

1. Introducción.
 - 1.1. La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
 - 1.2. Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa.
2. El comercio electrónico.
 - 2.1. Concepto.
 - 2.2. Negocios en la red. Modelos de negocio.
 - 2.3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional.
 - 2.4. Tipos de comercio electrónico. Comercio electrónico
 - 2.5. Relación cliente-proveedor.
 - 2.6. El proceso de compra.
 - 2.7. Comercio electrónico según el medio utilizado.
3. La tienda electrónica.
 - 3.1. promoción sitios webs,
 - 3.2. tiendas virtuales o productos
 - 3.3. servicios en internet y medios digitales.
4. Marketing en la red.
 - 4.1. marketing "one to one". El cliente "on line".
 - 4.2. Herramientas de gestión y administración de un sitio web.marco legal y conforme a los medios de pago más utilizados.
 - 4.3. Plan de marketing on line.
 - 4.4. Herramientas clave: comunicación y logística.
 - 4.5. El proceso de venta por Internet.
 - 4.6. Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados.
 - 4.7. Soportes para el comercio electrónico. E-Recursos humanos.
 - 4.8. Los infomediarios. Proveedores de soluciones.
5. CRM. Estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online.
6. Difusión.
 - 6.1. Plataformas tecnológicas.
 - 6.2. Transmisión de información.
 - 6.3. Ventajas e inconvenientes.
7. Entorno jurídico.
 - 7.1. Contratación electrónica e imposición fiscal.
 - 7.2. Protección de datos, dominios y ética.
 - 7.3. Seguridad en las compras.
 - 7.4. Medios de pago disponibles.