

COMERCIO ELECTRÓNICO



30 horas



Familia:

Comercio y Marketing



OBJETIVOS

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.



CONTENIDOS

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.
- 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.