



COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE)

DURACIÓN: 25 horas

CRÉDITOS ECTS: 0

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.

PROGRAMA 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 "Online".

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.