

PROGRAMA FORMATIVO

Comercio electrónico.

Duración: 40 horas.

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:

- Conocer los principales elementos que han surgido adheridos a la sociedad de la información y su influencia en el surgimiento del comercio electrónico.
- Conocer el comercio electrónico que se desarrolla actualmente, así como las relaciones y transacciones comerciales que se llevan a cabo en el mismo.
- Conocer la forma de implementar el comercio electrónico, incluyendo todos los servicios que sean de utilidad, y de promocionarlo adecuadamente.
- Aplicar el marketing en entornos online, seleccionando aquellas estrategias, técnicas, acciones y herramientas necesarias para alcanzar el objetivo pretendido por el comercio online.
- Elaborar un plan de marketing para el comercio electrónico, apoyado en estrategias y técnicas de marketing y publicidad online.
- Conocer las diferentes plataformas tecnológicas para la implementación del comercio electrónico, así como sus ventajas e inconvenientes.
- Conocer el entorno jurídico en el cual se encuentra legislado el comercio electrónico y las actividades derivadas directamente de este.

Contenidos:

Introducción al comercio electrónico

Introducción

La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación:

La sociedad de la información

La sociedad del conocimiento

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación

Influencia de las NTIC en las relaciones comerciales

Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa

Resumen

El comercio electrónico

Introducción

Concepto: ¿qué es el comercio electrónico?

Negocios en la red. Modelos de negocio:

Modelos de negocio

Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional

Tipos de comercio electrónico

Relación cliente-proveedor

El proceso de compra

Comercio electrónico según el medio utilizado

Resumen

La tienda electrónica

Introducción

Comercio *online*: tipos y características:

Modelos de negocio

Transacciones comerciales seguras

Promoción en sitios webs

Tiendas virtuales o productos

Servicios en internet y medios digitales

Resumen

Marketing en la red:

Introducción

Características del marketing online

Marketing one to one. El cliente online:

Características

Ventajas y desventajas

Proceso de implementación

Herramientas de gestión y administración de un sitio web

Plan de *marketing online*

Herramientas clave: comunicación y logística

El proceso de venta por internet

Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados

Soportes para el comercio electrónico. E-recursos humanos

Los infomediarios. Proveedores de soluciones

Resumen

CRM. Estrategias y técnicas para la confección de campañas de *marketing* y publicidad *online*

Introducción

¿Qué es CRM?

Ventajas y desventajas del uso de CRM en el comercio electrónico

Características de CRM

CRM: integración con ERP

Tipos de CRM

Estrategias y técnicas para la confección de campañas de *marketing* y publicidad online.

Resumen

Difusión

Introducción

El comercio electrónico y su difusión

Plataformas tecnológicas

Transmisión de información

Ventajas e inconvenientes

Resumen

Entorno jurídico

Introducción

Contratación electrónica

Imposición fiscal:

Operaciones realizadas por un particular

Operaciones realizadas por una empresa

Protección de datos, dominios y ética

Seguridad en las compras

Medios de pago disponibles

Resumen