

PROGRAMA FORMATIVO

Comercio electrónico. ADGG010PO - versión online

Código: 14477

Modalidad: ON LINE

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