

PROGRAMA FORMATIVO

Marketing-Mix básico en Internet y gestión online de clientes. COMM088PO - versión online

Código: 19128

Modalidad: ON LINE

Duración: 30 horas

Objetivos:

- Adquirir los conocimientos necesarios sobre comercio electrónico y marketing en internet y determinar todos los elementos a tener en cuenta para gestionar de forma autónoma y responsable una empresa. Orientado a administrativos y técnico comerciales.
- Comprender el papel de las nuevas tecnologías digitales en las empresas de hoy en día, desde el producto ofrecido hasta el cliente final.
- Conocer las características principales del comercio electrónico, y los conceptos básicos que se manejan en este ámbito.
- Profundizar en aspectos de base del marketing-mix.
- Aprender a realizar un estudio detallado de procesos e instrumentos esenciales en la publicidad online.
- Conocer cuáles son las transacciones seguras y medios de pago con los que se puede pagar actualmente a través de internet.
- Conocer cuál es el papel que desarrolla el CRM en las empresas, y por qué se ha convertido en un sistema esencial para el buen funcionamiento de las mismas.

Contenidos:

Del producto al cliente

Transformación de mercados, productos, medios, tecnologías
Las repercusiones para el marketing, producto, precio, distribución y comunicación
La personalización de las herramientas del *marketing*
Competir según el servicio y el valor añadido
Hacia una comunidad de clientes
Los protocolos y lenguajes de internet
Perfil del usuario de internet
Internet como medio de comunicación, sus usos y abusos

Comercio electrónico

Conocimiento del medio virtual
Actividades y actores del *e-Commerce*
Instrumentos de comercio y seguridad

Marketing-mix en internet

Decisiones de producto, precio y comunicación en internet
Marketing directo
Distribución

Publicidad online

Plan estratégico de comunicación y *branding*
Campañas, actuaciones y mensajes: distintos modelos
Gestión externa: instrumentos (agencias, *AdWords*)
Recursos 2.0: blogs
Recursos 2.0: redes sociales
Recursos 2.0: portales colaborativos

Medios de pago y transacciones seguras

Medios de pago no bancarios
Medios de pago bancarios tradicionales
Medios de pago bancarios específicamente desarrollados para los nuevos canales digitales interactivos
Evolución de los medios de pago

Gestión de clientes

Gestión online de clientes: características específicas
Clasificación y tipologías
Software CRM