Comercio electrónico

Nivel 2 (40 horas - autoformación)

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

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**
    a. La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
    b. Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa
2. **El comercio electrónico**
    a. Concepto
    b. Negocios en la red. Modelos de negocio
    c. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional
    d. Tipos de comercio electrónico
    e. Relación cliente-proveedor
    f. El proceso de compra
    g. Comercio electrónico según el medio utilizado
3. **La tienda electrónica**
    a. Promoción sitios web
    b. Tiendas virtuales o productos

c. Servicios en internet y medios digitales

4. Marketing en la red

a. Marketing 'one to one'. El cliente online
b. Herramientas de gestión y administración de un sitio web
c. Plan de marketing online
d. Herramientas clave: comunicación y logística
e. El proceso de venta por internet
f. Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados
g. Soportes para el comercio electrónico. E-recursos humanos
h. Los infomediarios. Proveedores de soluciones

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

a. Utilidades y prestaciones de las herramientas informáticas y ofimáticas para la gestión de clientes
b. Las campañas publicitarias periódicas o puntuales. Efectos

6. Difusión

a. Plataformas tecnológicas
b. Transmisión de información
c. Ventajas e inconvenientes

7. Entorno jurídico

a. Contratación electrónica e imposición fiscal
b. Protección de datos, dominios y ética
c. Seguridad en las compras
    i. Introducción
    ii. Los ataques de denegación de servicio

d. Medios de pago disponibles