

## COMERCIO ELECTRÓNICO



	<b>ONLINE</b>		
	<b>Duración:</b> 40 H	<b>Horas presenciales:</b> 0 H	<b>Horas online:</b> 40 H
	<b>Familia:</b> COMERCIO Y MARKETING <b>Área:</b> NO PRL		
	<b>Dirigido a:</b> NULL		
	<p><b>Objetivos:</b> 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.</p>		
	<b>Metodología:</b> NULL		
	<p><b>Contenidos:</b> 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</p>		

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