



COMERCIO ELECTRÓNICO



	ONLINE		
	Duración: 40 H	Horas presenciales: 0 H	Horas online: 40 H
	Familia: COMERCIO Y MARKETING Área: NO PRL		
	Dirigido a: NULL		
	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.		
	Metodología: NULL		
	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