

Categorías: Comercio y marketing

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 una empresa y operaciones realizadas por una empresa

