

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.

CONTENIDOS

UD1. Introducción. 1.1. La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. 1.2. Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa. UD2. El comercio electrónico. 2.1. Concepto. 2.2. Negocios en la red. Modelos de negocio. 2.3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional. 2.4. Tipos de comercio electrónico. Comercio electrónico. 2.5. Relación cliente-proveedor. 2.6. El proceso de compra. 2.7. Comercio electrónico según el medio utilizado. UD3. La tienda Electrónica. 3.1. Promoción sitios Webs. 3.2. Tiendas virtuales o productos. 3.3. Servicios en internet y medios digitales. UD4. Marketing en la Red. 4.1. Marketing "One to One". El cliente "Online". 4.2. Herramientas de gestión y administración de un sitio web. 4.3. Plan de marketing on line. 4.4. Herramientas clave: comunicación y logística. 4.5. El proceso de venta por Internet. 4.6. Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados. 4.7. Soportes para el comercio electrónico. E-Recursos humanos. 4.8. Los infomediarios. Proveedores de soluciones. UD5. CRM. Estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online. UD6. Difusión. 6.1. Plataformas tecnológicas. 6.2. Transmisión de información. 6.3. Ventajas e inconvenientes. UD7. Entorno jurídico. 7.1. Contratación electrónica e imposición fiscal. 7.2. Protección de datos, dominios y ética. 7.3. Seguridad en las compras. 7.4. Medios de pago disponibles.

