

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: COMERCIO ELECTRÓNICO

- Horas totales: 40
- Modalidad: Presencial/Teleformación

OBJETIVO GENERAL: 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 FORMATIVOS:

1. 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.

2. 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.

3. LA TIENDA ELECTRÓNICA.

3.1. promoción sitios webs,

3.2. tiendas virtuales o productos

3.3. servicios en internet y medios digitales.

4. MARKETING EN LA RED.

4.1. marketing "one to one". El cliente "on line".

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.

5. CRM. ESTRATEGIAS Y TÉCNICAS PARA LA CONFECCIÓN DE CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD ONLINE.

6. DIFUSIÓN.

6.1. Plataformas tecnológicas.

6.2. Transmisión de información.

6.3. Ventajas e inconvenientes.

7. 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.