

# COMERCIO ELECTRÓNICO

**DURACIÓN: 30H**

## 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

### 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.