



**Comercio electrónico.**

## Comercio electrónico. ADGG010PO

**Duración: 30 horas**

**Modalidad: OnLine**

### 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

#### 1. Introducción al comercio electrónico

- 1.1 Introducción
- 1.2 La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación:
- 1.3 La sociedad de la información
- 1.4 La sociedad del conocimiento

- 1.5 Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
- 1.6 Influencia de las NTIC en las relaciones comerciales
- 1.7 Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa
- 1.8 Resumen

## **2. El comercio electrónico**

- 2.1 Introducción
- 2.2 Concepto: ¿qué es el comercio electrónico?
- 2.3 Negocios en la red. Modelos de negocio:
- 2.4 Modelos de negocio
- 2.5 Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional
- 2.6 Tipos de comercio electrónico
- 2.7 Relación cliente-proveedor
- 2.8 El proceso de compra
- 2.9 Comercio electrónico según el medio utilizado
- 2.10 Resumen

## **3. La tienda electrónica**

- 3.1 Introducción
- 3.2 Comercio online: tipos y características:
- 3.3 Modelos de negocio
- 3.4 Transacciones comerciales seguras
- 3.5 Promoción en sitios webs
- 3.6 Tiendas virtuales o productos
- 3.7 Servicios en internet y medios digitales
- 3.8 Resumen

## **4. Marketing en la red:**

- 4.1 Introducción
- 4.2 Características del marketing online
- 4.3 Marketing one to one. El cliente online:
- 4.4 Características
- 4.5 Ventajas y desventajas
- 4.6 Proceso de implementación
- 4.7 Herramientas de gestión y administración de un sitio web
- 4.8 Plan de marketing online
- 4.9 Herramientas clave: comunicación y logística
- 4.10 El proceso de venta por internet
- 4.11 Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados
- 4.12 Soportes para el comercio electrónico. E-recursos humanos
- 4.13 Los infomediarios. Proveedores de soluciones
- 4.14 Resumen

## **5. CRM. Estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online**

- 5.1 Introducción
- 5.2 ¿Qué es CRM?
- 5.3 Ventajas y desventajas del uso de CRM en el comercio electrónico
- 5.4 Características de CRM
- 5.5 CRM: integración con ERP
- 5.6 Tipos de CRM
- 5.7 Estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online.
- 5.8 Resumen

## **6. Difusión**

- 6.1 Introducción
- 6.2 El comercio electrónico y su difusión
- 6.3 Plataformas tecnológicas
- 6.4 Transmisión de información
- 6.5 Ventajas e inconvenientes
- 6.6 Resumen

## **7. Entorno jurídico**

- 7.1 Introducción
- 7.2 Contratación electrónica
- 7.3 Imposición fiscal:
- 7.4 Operaciones realizadas por un particular
- 7.5 Operaciones realizadas por una empresa
- 7.6 Protección de datos, dominios y ética
- 7.7 Seguridad en las compras
- 7.8 Medios de pago disponibles
- 7.9 Resumen