

Fundamentos para la creación de tiendas virtuales y desarrollo de la actividad comercial online

Modalidad: curso e-Learning Duración: 75 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

- Identificar los aspectos básicos relativos a las principales prestaciones de internet relacionadas con la actividad empresarial y comercial en red y puesta en marcha de una tienda virtual
- Conocer cómo las TIC han modificado los hábitos de consumo y, consecuentemente, la forma de operar de las empresas
- Saber cuáles son los aspectos clave que hacen posible el desarrollo del negocio digital en el contexto de la sociedad de la información. Estar al tanto de las soluciones para la creación de tiendas online y las técnicas del marketing digital que hacen posible el comercio electrónico.

CONTENIDOS

La empresa en internet

La informática en la empresa:

Introducción a la informática. Conceptos básicos.
Los componentes físicos: el hardware.
Los componentes lógicos (programas): el software.
La evolución de la informática.

Internet:

Definición.
Requisitos de hardware y software.
Utilidades.
El protocolo TCP/IP.
Contenidos en internet.

El comercio electrónico:

Definición.
Factores básicos.

Comercio electrónico versus comercio tradicional.
Fases del comercio electrónico.

Usabilidad:

- Definición.
- Estructura.
- Ancho de banda.

E-Commerce: aplicación y desarrollo

La empresa en internet:

- La revolución de internet.
- Internet en la empresa.
- Consideraciones previas a la presencia en internet.
- Definición de objetivos y puesta en marcha.

Modelos de negocio:

- Modelos según tipo de venta.
- Modelos según su orientación.
- Modelos según dispositivos.

Aspectos legales:

- Fiscalidad.
- Tributación.
- Legislación aplicable.
- Protección de datos.

Seguridad y medios de pago:

- Políticas de seguridad.
- Buenas prácticas.
- Detección.
- Encriptación.
- Medios de pago.

Marketing online:

- Definición.
- Medios de difusión online.
- La 5.^a “p”: la personalización.

Puesta en marcha de una tienda virtual

La lista de la compra.

Estrategias.

Planificación de campaña en internet.

Errores y barreras para el crecimiento del e-Commerce.

Los nueve problemas del e-Business.