

La implantación de espacios comerciales y el desarrollo virtual

Modalidad: curso e-Learning Duración: 11 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

Analizar diferentes tiendas o supermercados virtuales para identificar los elementos que configuran el escaparate virtual en una implantación comercial.

CONTENIDOS

1. Marketing y comercialización online de bienes y servicios.
2. Diferencias y complementariedad entre la implantación física e implantación virtual de un negocio.
3. Características de internet como canal de comunicación y comercialización de productos.
4. Objetivos de la tienda y el supermercado virtual.
5. La venta electrónica frente a las webs informativas.
6. Análisis del espacio comercial virtual.