

El objetivo general de este curso es lograr que el alumno alcance, al finalizar el curso, conocimientos y destrezas sobre Comercio en Internet. Optimización de Recursos.

"UNIDAD DIDÁCTICA 1. MINIMIZAR COSTES

Web 2.0 + mundo online.

- Los principios de la Web 2.0.
- La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance.
- ""Digitalizando"" una empresa: un mundo integrado, no paralelo.

Ahorra en tiempo.

- La red como fuente de información.
- Localizar partners, colaboradores y proveedores.
- Evitar las esperas: administración electrónica.
- Banca electrónica: gestiones habituales.

No pagar, o pagar menos (dentro de la legalidad).

- En los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.
- En las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, what app...
- Otras ideas.

Clientes contentos, menos reclamaciones.

- Atención al cliente on-line: eMail, chat.
- Los foros y su empleo como herramienta de asistencia.
- Quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. AUMENTAR LOS POSIBLES CLIENTES (MARKETING 2.0)

¿Crear una página? No siempre...

- Un paso previo: darnos a conocer con coste mínimo: plataformas y directorios comerciales.
- ¿Crear una página?

Trasladar lo ""tradicional"" a Internet.

- Performance marketing (coste según resultados).
- Display (Publicidad gráfica en la red).
- Email Marketing.
- Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).
- Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).
- Analizar, analizar y comprobar.

Pensar ""para"" la red.

- Producto + precio + plaza+ promoción.
- Contenido + contexto + conexión + comunidad.

Herramientas sí, ... pero no todas para todo.

- eProduct marketing.
- eResearch.
- ePricing.
- ePromotion.
- eAudit.
- eCommerce.
- eAdvertising .
- eBranding.
- TradeeMarketing.
- eCommunication.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES

Que hablen de nosotros.

- Del Plan de marketing al Social media Plan.
- Cómo difundir una idea en la web.
- Blogs y microblogs (eventos para bloggers).
- Marketing viral.
- Redes sociales.
- Formatos publicitarios en redes sociales.

Que hablen bien de nosotros.

- ¿En qué espacios quiero (y debo) estar?
- Gestión de un proyecto en redes sociales.
- Monitorización y reputación.
- Detección y resolución de crisis 2.0.

Mirar hacia el futuro: Web 3.0 y marketing 3.0.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. CREAR INGRESOS (COMERCIO ELECTRÓNICO)

Soluciones antes de crear una tienda virtual.

- Los sitios de afiliación y descuento.
- Market Place.

Quiero una tienda...

- Coste de la tienda: Saas (tiendas en la nube), Open Source (código abierto), soluciones a medida.
- Aspectos a los que atender: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.

Mejorar el proceso de cobro.

- Pedido y facturación on Line.
- Medios de pago offLine: contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.
- Medios de pago onLine: tarjetas, Paypal.
- Lo último, pago por móvil.

M- Commerce.

- Comercio mediante móvil.

Aspectos legales.

- Obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.
- Uso de cookies.
- Contratación online.
- Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc."