

COMT115PO E- BUSSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ON-LINE



180,00 € - 250,00 €

Este CURSO COMT115PO E- BUSSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ON-LINE le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Comercio y marketing. Con este CURSO COMT115PO E- BUSSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ON-LINE el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y adquirir los conocimientos y habilidades suficientes para llevar a cabo el desarrollo de un negocio a través de internet, comprender y desarrollar el conocimiento del entorno en que operan las empresas y cómo los cambios en el entorno influyen en el com.

Categorías: [Certificados de Profesionalidad](#), [Certificados de Profesionalidad Online](#), [Comercio y Marketing](#) |

INFORMACIÓN

Duración

[60 h](#)

Modalidad	Online
Docencia	TUTOR PERSONAL
Prácticas	GESTIÓN DE PRÁCTICAS EN EMPRESAS
Método de pago	FINANCIACIÓN SIN INTERESES
Centro de empleo	AGENCIA DE COLOCACIÓN
Formación acreditada	CENTRO ACREDITADO POR EL SEPE

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Elementos fundamentales del comercio electrónico. Modalidades
2. - Introducción
3. - Los tres niveles del comercio electrónico
4. - Ventajas e inconvenientes del e-commerce
5. - Categorías de comercio electrónico según el tipo de vendedor y comprador
6. - Etapas en el desarrollo del comercio electrónico
7. Los mercados electrónicos
8. - Componentes del mercado electrónico
9. - Los clientes en los mercados electrónicos
10. - Los vendedores en los mercados electrónicos
11. - La infraestructura de los mercados electrónicos
12. Oportunidades y retos en el mercado electrónico
13. - La red de la elección individual
14. - El crecimiento exponencial de los usuarios y las ventas
15. - Los anunciantes invierten en el mercado electrónico
16. - Factores que pueden frenar el crecimiento del comercio electrónico
17. Otros servicios en Internet de interés para el comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ESCENARIO TECNOLÓGICO

1. Evolución y servicios en Internet
2. - Servicios de hospedaje web

3. - Modelos de servicios de hospedaje web
4. - Las diferentes necesidades de hospedaje
5. - Cuestiones que debemos aclarar antes de tomar una decisión
6. Conectividad
7. - Definición
8. - ISDN o RDSI
9. - DSL
10. - T1 y T3
11. - Portador óptico (OC)
12. Intranets y extranets
13. - ¿Qué es una intranet?
14. - Aspectos que debemos considerar a la hora de desarrollar una intranet
15. - Aplicación de las intranets para las distintas funciones empresariales
16. - Cuestiones de seguridad
17. - Las extranets. Concepto. Utilidad en el nuevo contexto empresarial
18. - Información a incluir en una extranet
19. - Ejemplo de intranet/extranet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EMPRESAS (B2B)

1. El concepto de B2B
2. - Ventajas
3. - Las claves del B2B
4. Tipos de mercados electrónicos B2B
5. Clases de actividades comercializadas en el comercio electrónico B2B
6. Mercados verticales y horizontales
7. La relación en la cadena de suministración (supply chain) en el B2B
8. - Definición
9. - Supply Chain Management (SCM)
10. - Beneficios de Internet y el B2B para la cadena de suministro
11. Los e-marketplace
12. - Origen y definición
13. - Concepto
14. - Características generales
15. - Ventajas de participar en un e-marketplace
16. - Clasificación
17. - Ventajas del e-marketplace
18. - Los e-marketplaces privados sell-side (one to many)

19. - Los distribuidores y el comercio electrónico B2B
20. - Los e-marketplaces privados buy-side: e-procurement
21. - E-marketplaces públicos (many to many)
22. - Casos de éxito

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIO ELECTRÓNICO DE EMPRESA A CONSUMIDOR

1. El comercio electrónico B2C (business to consumer)
2. - Proceso de comercialización de productos on-line
3. - Tamaño y crecimiento del mercado B2C (business to consumer)
4. - Modelos de e-tailing
5. Tipos de puntos de venta B2C (business to consumer)
6. - Las tiendas virtuales (tiendas electrónicas)
7. - Malls electrónicos
8. Los infomediarios
9. - Introducción
10. - Tipos de infomediarios
11. - Utilidad de los infomediarios
12. - Actividades
13. - Modelos de negocio
14. - Ejemplos de infomediarios
15. - Metamediario

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MECANISMOS DE PAGO Y ASPECTOS DE SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Cuestiones generales sobre el pago a través de Internet
2. - El certificado digital
3. - La cuenta de comerciante
4. - Autorización de tarjetas de crédito en tiempo real
5. Sistemas de pago por Internet
6. - Tarjetas de crédito
7. - Pagos por cheque
8. - Pagos a través del móvil
9. - Otras formas de pago
10. La seguridad en el comercio electrónico
11. - Aspectos generales
12. - Los ataques de denegación de servicio

13. - Defender el sitio web
14. - La seguridad en el caso de las tarjetas de crédito

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING EN INTERNET

1. Posicionamiento en buscadores
2. - Definición
3. - ¿Cómo actúan los buscadores?
4. - Palabras clave (keywords)
5. - HTML body structure
6. - Algunos consejos adicionales
7. Publicidad on-line
8. - Categorías de publicidad on-line
9. - Banners
10. - ¿Cómo se contrata la publicidad on-line?
11. - Algunos conceptos relacionados con la publicidad on-line
12. - Ventajas de la publicidad on-line
13. Programas de afiliación
14. E-mail marketing
15. Estrategias off-line
16. Marketing Relacional 2.0
17. - El Marketing Relacional como eje de las ventas
18. - El fin de las estrategias off-line vs. on-line: el marketing integral
19. - Captación y fidelización de clientes en la red
20. El papel de los social media
21. - Concepto de mass media
22. - Categorías de los social media
23. La Social Media Optimization (SMO)
24. - Las 12 reglas del SMO
25. - Blogs
26. - Redes sociales

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA EN EL CORREO ELECTRÓNICO

1. La función logística en el comercio electrónico: entre los condicionantes de la red y las exigencias del mercado
2. - Consideraciones previas
3. - El dilema del paquete pequeño

4. - La función logística en el comercio electrónico
5. - Mantener informado al cliente
6. - Modelos de cumplimentación de pedidos
7. Las soluciones tecnológica
8. - Sitios web grandes y de clase-empresa
9. - Los sitios web medianos y pequeños
10. - Software para la administración de existencias

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS JURÍDICOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Protección de datos
2. - Introducción
3. - Antecedentes
4. - Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre
5. - Conceptos básicos
6. - Datos especialmente protegidos
7. - Calidad de los datos
8. - Derechos del afectado
9. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico
10. - Introducción
11. - Obligaciones de la LSSI
12. - Infracciones
13. - Sanciones
14. - Medidas de carácter provisional
15. - Multa coercitiva
16. - Prescripción
17. Ley General de Telecomunicaciones
18. - Normas comunitarias
19. - Introducción
20. - Ámbito de aplicación
21. - Simplificación del régimen de acceso al mercado
22. - Evaluación periódica de la competencia en el mercado
23. - Interconexión y acceso
24. - Obligaciones de servicio público
25. - Derechos de ocupación del dominio público y privado
26. - LGT y LOPD
27. Mecanismos de contratación electrónica
28. - Contratación informática

- 29. - Partes de un contrato informático
- 30. - Tipos de contratos informáticos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. OTROS MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET

1. Principios generales del mobile marketing
2. - Del 1G al 4G: las generaciones de comunicaciones móviles
3. - ¿Cómo funciona una red de telefonía móvil?
4. - Ventajas de un ámbito inalámbrico para el e-marketing
5. - Elementos que contribuyen a potenciar el desarrollo del m-marketing
6. M-marketing: principales aplicaciones
7. - Introducción
8. - Banca móvil
9. - Pagos con el móvil
10. - Compras inalámbricas
11. - Publicidad dirigida
12. - Juegos móviles o advergaming
13. - Servicios personalizados
14. - Aplicaciones móviles para B2B
15. Mobile marketing basado en la localización
16. - Geolocalización
17. - Publicidad basada en la localización
18. - Barreras a las soluciones basadas en la localización
19. - La tecnología RFID (Radio Frequency Identification) y el control de la cadena de suministro