

Comercio Electrónico

1. Introducción y objetivos:

E-commerce o comercio electrónico engloba las ventas generadas en Internet, cable o TV interactiva y que se realizan con pagos on-line. Cada día son más los negocios que sustentan en parte e incluso íntegramente, sus ventas a través del e-commerce. El curso trata sobre aspectos tecnológicos del comercio electrónico, el e-commerce entre empresas y empresacliente, técnicas de marketing e Internet, seguridad en las transacciones, logística y distribuciones, consideraciones legales...en definitiva, aspectos claves tratados de forma dinámica y desarrollando casos prácticos.

2. Duración:

20 horas

3. Contenidos:

- 1 Introducción al comercio electrónico
 - 1.1 Definición
 - 1.2 Situación actual
 - 1.3 Comercio electrónico contra comercio tradicional
 - 1.4 Ventajas e inconvenientes
 - 1.5 Cuestionario: Introducción al comercio electrónico
- 2 La cadena de valor en el comercio electrónico
 - 2.1 Definición
 - 2.2 Impacto de Internet en la cadena de valor
 - 2.3 Herramientas para el intercambio de información

2.4 Cadena de valor electrónica

2.5 Cuestionario: La cadena de valor en el comercio electrónico

3 Aspectos tecnológicos del comercio electrónico

3.1 IPS - Internet Service Providers

3.2 Estructuras

3.3 Contenidos

3.4 Distribución

3.5 Otros servicios para intercambiar información

3.6 Descarga de archivos - FTP

3.7 Cuestionario: Aspectos tecnológicos del comercio electrónico

4 El comercio electrónico entre empresas B2B

4.1 Introducción

4.2 Mercados B2B

4.3 Pasos básicos de la transacción comercial

4.4 Ejemplos de mercado B2B

4.5 Servicios que ofrecen las plataformas B2B

4.6 Cuestionario: El comercio electrónico entre empresas B2B

5 El comercio electrónico empresas-cliente B2C

5.1 Introducción

5.2 Mercados B2C

5.3 Crear una tienda virtual

5.4 Cuestionario: El comercio electrónico empresa-cliente B2C

6 E-comercio al servicio de la gestión empresarial

6.1 Introducción

6.2 Evolución del comercio electrónico en las empresas

6.3 Gestión en los diferentes departamentos

6.4 Cuestionario: E-comercio al servicio de la gestión empresarial

7 Técnicas de Marketing en Internet

7.1 Introducción

7.2 Planificación del e-marketing

7.3 Técnicas para la personalización

7.4 Técnicas para la publicidad

7.5 Técnicas para la fidelización

7.6 El éxito online es cuantificable - indicadores de éxito

7.7 Las expectativas de tus clientes

7.8 El factor clave del éxito - la diferencia es lo que cuenta

7.9 Usabilidad

7.10 Confianza y seguridad

7.11 Marketing y ventas

7.12 Servicio al cliente

7.13 Cuestionario: Técnicas de marketing en Internet

8 Atención al cliente

8.1 Introducción

8.2 Atención al cliente en la etapa de precompra

8.3 Atención al cliente en la etapa de compra

8.4 Atención al cliente - servicio posventa

8.5 Ejemplo de atención al cliente

8.6 Cuestionario: Atención al cliente

9 Seguridad en las transacciones

9.1 Introducción

- 9.2 Protocolo TLS
- 9.3 Funcionamiento del protocolo TLS
- 9.4 Aplicaciones del protocolo TLS
- 9.5 Implementación del protocolo TLS
- 9.6 Protocolo SET - Secure Electronic Transaction
- 9.7 Pasos de una transacción SET
- 9.8 Criptografía
- 9.9 Otros sistemas de protección
- 9.10 Cuestionario: Seguridad en las transacciones
- 10 Medios de pago y procesos de cobro
 - 10.1 Introducción
 - 10.2 Pago con tarjeta - TPV Virtual
 - 10.3 Pago directo con tarjeta
 - 10.4 Dinero electrónico o eCash
 - 10.5 CYBERCASH
 - 10.6 MILLICENT
 - 10.7 Otras formas de pago
 - 10.8 Cuestionario: Medios de pago y procesos de cobro.
- 11 Logística y distribución
 - 11.1 Introducción
 - 11.2 Nuevos servicios
 - 11.3 Cuestionario: Logística y distribución
- 12 Consideraciones jurídicas y legales
 - 12.1 Introducción
 - 12.2 Ley de protección de datos de carácter personal

- 12.3 Legislación sobre propiedad intelectual
- 12.4 Contratación electrónica - la LSSICE
- 12.5 Aspectos más relevantes de la LSSICE
- 12.6 La firma electrónica
- 12.7 Cuestionario: Consideraciones jurídicas y legales
- 13 Perspectivas del comercio electrónico
 - 13.1 Situación actual
 - 13.2 Perspectivas
 - 13.3 Amenazas existentes en el comercio electrónico
 - 13.4 Sellos de confianza
 - 13.5 Dónde y cómo reclamar si la compra no es satisfactoria
 - 13.6 Caso práctico - Ejemplo de éxito
 - 13.7 Cuestionario: Perspectivas para el comercio electrónico.
 - 13.8 Cuestionario: Cuestionario final

4. Nivel del Curso:

- ✓ Medio

5. Duración y dedicación:

El alumno dispone de dos meses para la realización del curso desde que recibes las claves de acceso a la Plataforma de Formación. En el caso de que por circunstancias familiares o profesionales el alumno no pudiera finalizar a tiempo podrá solicitar una prórroga sin coste alguno.

6. Tutorías:

La atención al alumno será mayoritariamente a través de la plataforma del curso virtual, utilizando los foros de que dispone. También existe la posibilidad de contactar con el equipo docente de forma telefónica, o por correo electrónico y Skype.

7. Criterios de evaluación y calificación:

El alumno deberá realizar una serie de ejercicios, cuyo objetivo será el comprobar que se ha adquirido un manejo completo de las herramientas presentadas en el curso. La calificación del curso se determinará a partir de la evaluación de los ejercicios propuestos.

Para poder superar el curso, cada alumno, deberá realizar de forma individual las tareas prácticas obligatorias comentadas anteriormente.

8. Importe del curso:

Confirmar precio en la Web www.ieuroconsulting.com