

Curso: E-COMMERCE (teleformación)



MATERIAL ALUMN@:

- ✿ Claves de acceso
- ✿ Guía de usuario (formato .pdf)
- ✿ Manual (formato .pdf disponible on line)

CONTENIDO PLATAFORMA

- ✿ Páginas totales: 226
- ✿ Nº de ejercicios: 19

OBJETIVOS:

Adquirir las claves necesarias para la utilización de Internet como herramienta para la mejora de la actividad empresarial, como base para establecer proyectos de comercio electrónico, como medio de compra y venta. Así como aprender los requisitos y la estructura que debe cumplir una tienda virtual eficiente.

A QUIEN VA DIRIGIDO:

Adecuado para profesionales de cualquier ámbito de la empresa, especialmente recomendado para emprendedores, comerciantes, directores generales, gerentes de pymes, directores comerciales, operaciones, proyectos, tecnología o marketing. Product managers, responsables de desarrollo de negocio, técnicos de marketing, compradores de cadenas comerciales y merchandisers.

CONTENIDOS:

MODULO 1: LA EMPRESA EN INTERNET

1. LA INFORMÁTICA EN LA EMPRESA

- 1.1. Introducción a la informática. Conceptos básicos
- 1.2. Componentes físicos: el Hardware
- 1.3. La Unidad Central de Proceso
- 1.4. La memoria principal
- 1.5. Los dispositivos de entrada/salida
- 1.6. Dispositivos de almacenamiento

2. INTERNET

- 2.1. Definición
- 2.2. Requisitos de software
- 2.3. Requisitos de hardware
- 2.4. El protocolo TCP / IP
- 2.5. La World Wide Web
- 2.6. Navegadores: el navegador Internet Explorer
- 2.7. Búsqueda de información en la red: buscadores
- 2.8. El correo electrónico (e-mail)
- 2.9. El servicio FTP
- 2.10. Listas de distribución

3. EL COMERCIO ELECTRÓNICO

- 3.1. E-business
- 3.2. E-commerce
- 3.3. Razones para estar en Internet
- 3.4. Factores básicos
- 3.5. Desarrollo de intangibles
- 3.6. Personalización
- 3.7. Economías de comunicación
- 3.8. Economías de conocimiento más allá de la información
- 3.9. El factor globalización, ubicuidad e intemporalidad

4. USABILIDAD

- 4.1. Definición de usabilidad
- 4.2. Errores más frecuentes en la estructura
- 4.3. El diseño de la página
- 4.4. El diseño del contenido
- 4.5. Ancho de banda

MODULO 2: E-COMMERCE: APLICACIÓN Y DESARROLLO

1. LA EMPRESA EN INTERNET

- 1.1. La revolución de Internet
- 1.2. Internet en la empresa
- 1.3. Consideraciones previas a la presencia en Internet
- 1.4. Definición de objetivos y puesta en marcha

2. MODELOS DE NEGOCIO

- 2.1. Tipos de e-commerce
- 2.2. Tipos de e-service
- 2.3. Modelos según su orientación

- 2.4. Otros modelos de negocio según su orientación

3. ASPECTOS LEGALES

- 3.1. Fiscalidad
- 3.2. Aspectos fiscales
- 3.3. Principios generales que delimitan un marco fiscal
- 3.4. Tributación
- 3.5. Futuro de la tributación
- 3.6. Legislación aplicable
- 3.7. Protección de datos

4. SEGURIDAD Y MEDIOS DE PAGO

- 4.1. Encriptación
- 4.2. Requisitos de seguridad en el comercio electrónico
- 4.3. La seguridad
- 4.4. Factores destacables en materia de seguridad
- 4.5. Tratamiento digital de la información
- 4.7. Causas de los problemas de seguridad
- 4.8. Arquitectura de la seguridad
- 4.9. Firewalls
- 4.10. Funciones de seguridad

5. MARKETING ONLINE

- 5.1. Definición de marketing online
- 5.2. El mercado virtual
- 5.3. Los grupos de clientes
- 5.4. Estrategias para el marketing en Internet
- 5.5. Elementos del Marketing Mix
- 5.6. Medios de difusión online
- 5.7. La personalización

6. PUESTA EN MARCHA DE UNA TIENDA VIRTUAL

- 6.1. La lista de la compra
- 6.2. Factores más importantes para el éxito o fracaso
- 6.3. Estrategias
- 6.4. Planificación de una campaña en Internet
- 6.5. Elementos más importantes del diseño de la página
- 6.6. Errores y barreras en el crecimiento del e-commerce
- 6.7. Los nueve problemas del e-business
- 6.8. Selección natural
- 6.9. Revisión de los Modelos de Negocio

MODULO 3: LA FIRMA ELECTRONICA

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Concepto de firma electrónica
- 1.2. Novedades de la Ley 59/2003

2. TIPOS DE FIRMA ELECTRÓNICA

3. PRESTADORES DE SERVICIOS DE CERTIFICACIÓN

4. EL CERTIFICADO DE USUARIO CLASE 2 CA: SOLICITUD Y UTILIDAD