

E-BUSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ONLINE



Área: Comercial y Marketing

Modalidad: Teleformación

Duración: 60 h

Precio: 420.00€

[Curso Bonificable](#)

[Contactar](#)

[Recomendar](#)

[Matricularme](#)

OBJETIVOS

Conocer los elementos que intervienen en el comercio electrónico. Estar al tanto de las ventajas e inconvenientes del e-commerce. Conocer qué buscan y las ventajas de clientes y vendedores en los mercados electrónicos. Entender la infraestructura de los mercados electrónicos. Conocer las diversas opciones de servicios de alojamiento web que nos ofrece el mercado electrónico. Conocer el concepto B2B (business to business).

CONTENIDOS

Programa de comercio electrónico Elementos fundamentales del comercio electrónico. Modalidades Introducción Los tres niveles del comercio electrónico Ventajas e inconvenientes del e-commerce Categorías de comercio electrónico según el tipo de vendedor y comprador Etapas en el desarrollo del comercio electrónico Los mercados electrónicos Componentes del mercado electrónico Los clientes en los mercados electrónicos Los vendedores en los mercados electrónicos La infraestructura de los mercados electrónicos Oportunidades y retos en el mercado electrónico La red de la elección individual El crecimiento exponencial de los usuarios y las ventas Los anunciantes invierten en el mercado electrónico Factores que pueden frenar el crecimiento del comercio electrónico Otros servicios en Internet de interés para el comercio electrónico El escenario tecnológico Evolución y servicios en Internet Servicios de hospedaje web Modelos de servicios de hospedaje web Las diferentes necesidades de hospedaje Cuestiones que debemos aclarar antes de tomar una decisión Conectividad Definición ISDN o RDSI DSL T1 y T3 Portador óptico (OC) Intranets y extranets ¿Qué es una intranet? Aspectos que debemos considerar a la hora de desarrollar una intranet Aplicación de las intranets para las distintas funciones de la empresa Cuestiones de seguridad Las extranets. Concepto. Utilidad en el nuevo contexto empresarial Información a incluir en una extranet Ejemplo de intranet/extranet Comercio electrónico entre empresas (B2B) El concepto de B2B Ventajas Las claves del B2B Tipos de mercados electrónicos B2B Clases de actividades comercializadas en el comercio electrónico B2B Mercados verticales y horizontales La relación en la cadena de suministro (supply chain) en el B2B Definición Supply Chain Management (SCM) Beneficios de Internet y el B2B para la cadena de suministro Los e-marketplace Origen y definición Concepto Características generales Ventajas de participar en un e-marketplace Clasificación Ventajas del e-marketplace Los e-marketplaces privados sell-side (one to many) Los distribuidores y el comercio electrónico B2B Los e-marketplaces privados buy-side: e-procurement E-marketplaces públicos (many to many) Casos de éxito Comercio electrónico de empresa a consumidor El comercio electrónico B2C (business to consumer) Proceso de comercialización de productos on-line Tamaño y crecimiento del mercado B2C (business to consumer) Modelos de e-tailing Tipos de puntos de venta B2C (business to consumer) Las tiendas virtuales (tiendas electrónicas) Malls electrónicos Los infomediarios Introducción Tipos de infomediarios Utilidad de los infomediarios Actividades Modelos de negocio Ejemplos de infomediarios Metamediario Mecanismos de pago y aspectos de seguridad en el comercio electrónico Cuestiones generales sobre el pago a través de Internet El certificado digital La cuenta de comerciante Autorización de tarjetas de crédito en tiempo real Sistemas de pago por Internet Tarjetas de crédito Pagos por cheque Pagos a través del móvil Otras formas de pago La seguridad en el comercio electrónico Aspectos generales Los ataques de denegación de servicio Defender el sitio web La seguridad en el caso de las tarjetas de crédito Marketing en internet Posicionamiento en buscadores Definición ¿Cómo actúan los buscadores? Palabras clave (keywords) HTML body structure Algunos consejos adicionales Publicidad on-line Categorías de publicidad on-line Banners ¿Cómo se contrata la publicidad on-line? Algunos conceptos relacionados con la publicidad on-line Ventajas de la publicidad on-line Programas de afiliación E-mail marketing Estrategias off-line Marketing Relacional 2.0 El Marketing Relacional como eje de las ventas El fin de las estrategias off-line vs. on-line: el marketing integral Captación y fidelización de clientes en la red El papel de los social media La Social Media Optimization (SMO) Importancia de la logística en el comercio electrónico La función logística en el comercio electrónico: entre los condicionantes de la red y las exigencias del mercado Consideraciones previas El dilema del paquete pequeño La función logística en el comercio electrónico Mantener informado al

cliente Modelos de cumplimentación de pedidos Las soluciones tecnológica Sitios web grandes y de clase-empresa Los sitios web medianos y pequeños Software para la administración de existencias Aspectos jurídicos en el comercio electrónico Protección de datos Introducción Antecedentes Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre Conceptos básicos Datos especialmente protegidos Calidad de los datos Derechos del afectado Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico Introducción Obligaciones de la LSSI Infracciones Sanciones Medidas de carácter provisional Multa coercitiva Prescripción Ley General de Telecomunicaciones Normas comunitarias Introducción Ámbito de aplicación Simplificación del régimen de acceso al mercado Evaluación periódica de la competencia en el mercado Interconexión y acceso Obligaciones de servicio público Derechos de ocupación del dominio público y privado LGT y LOPD Mecanismos de contratación electrónica Contratación informática Partes de un contrato informático Tipos de contratos informáticos Otros modelos de negocio en Internet Principios generales del mobile marketing Del 1G al 4G: las generaciones de comunicaciones móviles ¿Cómo funciona una red de telefonía móvil? Ventajas de un ámbito inalámbrico para el e-marketing Elementos que contribuyen a potenciar el desarrollo del m-marketing M-marketing: principales aplicaciones Introducción Banca móvil Pagos con el móvil Compras inalámbricas Publicidad dirigida Juegos móviles o advergaming Servicios personalizados Aplicaciones móviles para B2B Mobile marketing basado en la localización Geolocalización Publicidad basada en la localización Barreras a las soluciones basadas en la localización La tecnología RFID (Radio Frequency Identification) y el control de la cadena de suministro

METODOLOGIA

- **Total libertad de horarios** para realizar el curso desde cualquier ordenador con conexión a Internet, **sin importar el sitio desde el que lo haga**. Puede comenzar la sesión en el momento del día que le sea más conveniente y dedicar el tiempo de estudio que estime más oportuno.
- En todo momento contará con un **asesoramiento de un tutor personalizado** que le guiará en su proceso de aprendizaje, ayudándole a conseguir los objetivos establecidos.
- **Hacer para aprender**, el alumno no debe ser pasivo respecto al material suministrado sino que debe participar, elaborando soluciones para los ejercicios propuestos e interactuando, de forma controlada, con el resto de usuarios.
- **El aprendizaje se realiza de una manera amena y distendida**. Para ello el tutor se comunica con su alumno y lo motiva a participar activamente en su proceso formativo. Le facilita resúmenes teóricos de los contenidos y, va controlando su progreso a través de diversos ejercicios como por ejemplo: test de autoevaluación, casos prácticos, búsqueda de información en Internet o participación en debates junto al resto de compañeros.
- **Los contenidos del curso se actualizan para que siempre respondan a las necesidades reales del mercado**. El departamento multimedia incorpora gráficos, imágenes, videos, sonidos y elementos interactivos que complementan el aprendizaje del alumno ayudándole a finalizar el curso con éxito.

REQUISITOS

Los requisitos técnicos mínimos son:

- Navegador Microsoft Internet Explorer 8 o superior, Mozilla Firefox 52 o superior o Google Chrome 49 o superior. Todos ellos tienen que tener habilitadas las cookies y JavaScript.
- Resolución de pantalla de 1024x768 y 32 bits de color o superior.