



E-BUSSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ON-LINE

Duración: 60 horas

Modalidad: Online

Coste Bonificable: 420 €

Objetivos

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.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. 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

2. 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
3. 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
4. Otros servicios en Internet de interés para el comercio electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ESCENARIO TECNOLÓGICO

1. 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

2. Conectividad

- Definición
- ISDN o RDSI
- DSL
- T1 y T3
- Portador óptico (OC)

3. 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 empresariales
- Cuestiones de seguridad
- Las extranets. Concepto. Utilidad en el nuevo contexto empresarial
- Información a incluir en una extranet
- Ejemplo de intranet/extranet

UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EMPRESAS (B2B)

1. El concepto de B2B

- Ventajas
- Las claves del B2B

2. Tipos de mercados electrónicos B2B

3. Clases de actividades comercializadas en el comercio electrónico B2B

4. Mercados verticales y horizontales

5. 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

6. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIO ELECTRÓNICO DE EMPRESA A CONSUMIDOR

1. 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
2. Tipos de puntos de venta B2C (business to consumer)
 - Las tiendas virtuales (tiendas electrónicas)
 - Malls electrónicos
3. Los infomediarios
 - Introducción
 - Tipos de infomediarios
 - Utilidad de los infomediarios
 - Actividades
 - Modelos de negocio



- Ejemplos de infomediarios
- 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

- El certificado digital
- La cuenta de comerciante
- Autorización de tarjetas de crédito en tiempo real

2. Sistemas de pago por Internet

- Tarjetas de crédito
- Pagos por cheque
- Pagos a través del móvil
- Otras formas de pago

3. 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

UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING EN INTERNET

1. Posicionamiento en buscadores

- Definición
- ¿Cómo actúan los buscadores?



- Palabras clave (keywords)
- HTML body structure
- Algunos consejos adicionales

2. 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

3. Programas de afiliación

4. E-mail marketing

5. Estrategias off-line

6. 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

7. El papel de los social media

- Concepto de mass media
- Categorías de los socials media

8. La Social Media Optimization (SMO)

- Las 12 reglas del SMO
- Blogs



- 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

- Consideraciones previas
- El dilema del paquete pequeño
- La función logística en el comercio electrónico
- Mantener informado al cliente
- Modelos de cumplimentación de pedidos

2. Las soluciones tecnológica

- Sitios web grandes y de clase-empresa
- Los sitios web medianos y pequeños
- Software para la administración de existencias

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS JURÍDICOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. 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
2. 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
3. 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
4. Mecanismos de contratación electrónica
- Contratación informática
 - Partes de un contrato informático



- Tipos de contratos informáticos

UNIDAD DIDÁCTICA 9. OTROS MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET

1. 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

2. 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

3. 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