

HERRAMIENTAS EN INTERNET: COMERCIO ELECTRONICO

Inicio 01/03/18 **Fin** 26/07/18 **Horas** 80 **Días /Horario** M-J 13:30 a 15:30

Lugar Juan de la Cruz, 2-bj 2 20302 IRUN

Precio **100% Subvencionado**

Objetivos Dominar las principales herramientas existentes en Internet, adquirir los conocimientos en relación a las técnicas de marketing en la red y ser capaz de publicitar, vender y adquirir productos de modo seguro y eficiente a través de ella.

- Contenidos**
1. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS GENERALES.
 - 1.1. Introducción y conceptos básicos.
 - 1.2. Reglas de comportamiento en la Red: Netiquette.
 - 1.3. Configuración y uso del Navegador.
 - 1.4. Elementos básicos de conexión y su instalación.
 - 1.5. El correo electrónico.
 - 1.6. Utilización del correo electrónico.
 - 1.7. Herramientas que utilizan el correo electrónico.
 - 1.8. Otras herramientas de Internet: buscadores, anuncios clasificados, banners, herramientas interactivas.
 2. COMERCIO ELECTRÓNICO.
 - 2.1. Conceptos básicos de comercio electrónico
 - 2.1.1. Introducción al comercio electrónico.
 - 2.1.2. Clasificación del comercio electrónico.
 - 2.1.3. Tipos de negocio.
 - 2.2. Aspectos jurídicos del comercio electrónico.
 - 2.2.1. La comunicación comercial.
 - 2.2.2. La contratación en Internet.
 - 2.2.3. El comercio electrónico seguro.
 - 2.2.4. La responsabilidad.
 - 2.2.5. Los usos en Internet.
 - 2.2.6. Propiedad intelectual.
 3. MARKETING E INTERNET.
 - 3.1. Conceptos básicos de marketing.
 - 3.1.1. Marketing: concepto y evolución.
 - 3.1.2. Elementos de mercado.
 - 3.1.3. Variables del marketing.
 - 3.1.4. Plan de marketing.
 - 3.2. Marketing en Internet.
 - 3.2.1. Plan de marketing digital.
 - 3.2.2. Producto.
 - 3.2.3. Precio.
 - 3.2.4. Distribución.
 - 3.3. Promoción y herramientas promocionales en Internet.
 - 3.3.1. Campaña de e-mail.
 - 3.3.2. Banner.

- 3.3.3. Anuncios clasificados.
- 3.3.4. Programas de asociados.
- 3.3.5. Buscadores.
- 3.3.6. Autorrespondedores.
- 3.3.7. Grupos de News.
- 3.3.8. Boletín-E.
- 3.3.9. Programas para la gestión de la relación con el cliente (CRM).
- 4. LA WEB.
 - 4.1. Diseño de una web comercial efectiva.
 - 4.1.1. Introducción.
 - 4.1.2. Influencia del contenido en el diseño.
 - 4.1.3. Estilo narrativo.
 - 4.1.4. Tiempo de carga.
 - 4.2. Gestión y administración de la web.
 - 4.2.1. Dominio.
 - 4.2.2. Hospedaje.
 - 4.2.3. Herramientas de gestión y administración.
 - 4.3. Seguridad en Internet.
 - 4.3.1. Peligros y protección.
 - 4.3.2. Certificados digitales.
 - 4.3.3. Sistemas de pago con tarjeta de crédito.
 - 4.3.4. Otros sistemas de pago electrónicos.
 - 4.3.5. Requisitos de un sitio web seguro y eficaz.

Requisitos Trabajadores de empresas consideradas PYME y estar cotizando por Régimen general, autónomos o cooperativistas en el SECTOR de COMERCIO Y MARKETING o en cualquiera de sus SECTORES AFINES con son COMERCIO (Delegaciones comerciales del ente público empresarial Loterías y Apuestas del Estado; Promoción degustación, merchandising y distribución de muestras; Administraciones de Loterías), ESTACIONES DE SERVICIO, APARCAMIENTOS Y GARAJES, CONTAC CENTER, GRANDES ALMACENES Y SERVICIOS DE CAMPO PARA ACTIVIDADES DE REPOSICION.

Tendrán prioridad los empleados de empresas con menos de 10 trabajadores. En su defecto, podrán participar los pertenecientes a empresas consideradas PYME (hasta 100 trabajadores) Hay plazas muy limitadas para empleados de empresas entre 101-250 trabajadores. Para los cursos 9, 10 y 11 serán prioritarios los empleados de empresas con menos de 10 trabajadores.

Más información No se podrá realizar más de 90 horas de formación por persona a excepción de las acciones dirigidas a la obtención de un Certificado de Profesionalidad o que el curso sea de una duración superior.

Hay plazas muy limitadas para trabajadores en situación de desempleo.