



Guía didáctica

ADGG010PO. Comercio electrónico

INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico tiene un gran impacto sobre las actividades económicas y sobre el marco social en el que se desarrollan. Aunque mantiene ciertas similitudes con el comercio tradicional, dentro de su contexto los actores pasan a cumplir nuevos roles, operando en un nuevo ámbito y siguiendo los lineamientos de nuevos principios. Esta nueva forma de comercio que utiliza la tecnología como herramienta de operación, del análisis de nuevos procesos especiales además de la elaboración de un nuevo marco legal.

OBJETIVO GENERAL

Adquirir conocimientos sobre los fundamentos, procedimientos y herramientas disponibles en internet para el marketing y la comercialización electrónica dentro del marco legal y conforme a los medios de pago más utilizados.

Contenidos

ADGG010PO. COMERCIO ELECTRÓNICO (40 horas)	
UNIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS
UA1. Introducción al comercio electrónico. 1.1. La sociedad de la información. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. 1.2. Nuevos medios: internet y el comercio. Internet y la empresa	3.30 min
Cuestionario de Autoevaluación	30 min
Tiempo total de la unidad	4
UA2. El comercio electrónico 2.1. Concepto. 2.2. Negocios en la red. Modelos de negocio. 2.3. Ventajas e inconvenientes frente al mercado tradicional. 2.4. Tipos de comercio electrónico. Comercio electrónico 2.5. Relación cliente-proveedor. 2.6. El proceso de compra. 2.7. Comercio electrónico según el medio utilizado.	6
Cuestionario de Autoevaluación	30 min
Tiempo total de la unidad	6.30 min
UA3. La tienda electrónica. 3.1. Claves para crear una página web 3.2. Diseño página web 3.3. promoción sitios webs, 3.4. tiendas virtuales o productos 3.5. servicios en internet y medios digitales.	5
Cuestionario de Autoevaluación	30 min
Tiempo total de la unidad	5.30 min
UA4. Marketing en la Red. 4.1. marketing "one to one". El cliente "on line". 4.2. Herramientas de gestión y administración de un sitio web. 4.3. Plan de marketing online. 4.4. Herramientas clave: comunicación y logística. 4.5. El proceso de venta por Internet.	9.30 min

<p>4.6. Técnicas de captación y fidelización de clientes. Conceptos relacionados.</p> <p>4.7. Soportes para el comercio electrónico. E-Recursos humanos.</p> <p>4.8. Los infomediarios. Proveedores de soluciones.</p>	
Cuestionario de Autoevaluación	30 min
Tiempo total de la unidad	10
<p>UA5. CRM. Estrategias y técnicas para la confección de campañas de marketing y publicidad online</p> <p>5.1.- CMR</p> <p>5.2.- Estrategias CRM de marketing on line</p> <p>5.3.- Técnicas para la confección de campañas de publicidad online.</p>	4.30 min
Cuestionario de Autoevaluación	30 min
Tiempo total de la unidad	5
<p>UA6. Difusión</p> <p>6.1. Plataformas tecnológicas.</p> <p>6.2. Transmisión de información.</p> <p>6.3. Ventajas e inconvenientes.</p>	2.30 min
Cuestionario de Autoevaluación	30 min
Tiempo total de la unidad	3
<p>UA7. Entorno jurídico</p> <p>7.1. Normativa que regula el comercio electrónico</p> <p>7.2. Contratación electrónica e imposición fiscal.</p> <p>7.3. Protección de datos, dominios y ética.</p> <p>7.4. Seguridad en las compras.</p>	4.30 min
Cuestionario de Autoevaluación	30 min
Tiempo total de la unidad	5
Actividad de Evaluación 1	1
7 UNIDADES DE APRENDIZAJE	40 HORAS