



Descripción Introducción al marketing directo por Internet: e-mail Marketing. Listas de distribución. Programas de Fidelización de Clientes. Diseño y puesta en marcha de campañas de marketing on line. Obtención y análisis de la información obtenida por internet.

Nº Lecciones 21

Horas de teoría 25

Contenido

Comercio electrónico

Define el comercio electrónico en todas sus facetas; describiendo las modalidades que existen y la tecnología que lo hace posible. Muestra como llevar a cabo todo un proyecto de negocio por Internet estudiando sus ventajas e inconvenientes y demás conceptos como: marketing; logística; distribución; medidas de pago y seguridad, sin dejar de lado el marco legislativo que envuelve Internet.

1. E-business y e-commerce

Muestra todos los conceptos referentes al comercio electrónico, diferenciando el e-business y el e-commerce. Nos muestra a través de ejemplos los distintos tipos de comercio electrónico que existen y las diferentes modalidades, dándonos a conocer todas las ventajas e inconvenientes que podemos encontrar al ampliar un negocio a través de Internet.

2. Cambios en la gestión empresarial

Describe las modalidades de negocios que existe en Internet y cual es la fuente de ingresos de cada modalidad. En esta unidad se muestra un ejemplo de cómo una empresa se introduce dentro del campo del comercio electrónico, dado a conocer que pasos se deben seguir para llevarlo a cabo.

3. Comercio electrónico entre empresas

Explica una de las modalidades más importantes del comercio electrónico que hay, el comercio entre dos empresas. Informando de lo que es un marketplace, los tipos que existen y sus beneficios.

4. Comercio electrónico al consumidor final (B2C)

Trata de informar de una de las modalidades del comercio electrónico, la que existe con el consumidor final. Nos muestra con ejemplos todo el proceso de compra y las ventajas e inconvenientes de esta modalidad de comercio.

5. Marketing en Internet

Describe todas las técnicas existentes de publicidad para dar a conocer un negocio por Internet, como centrarnos en los clientes para obtener toda la información que deseamos.

6. Aspectos legales

Trata todo el marco legislativo que podemos encontrar con lo referente al comercio electrónico y Internet. Informa de los delitos que se pueden encontrar en Internet.

7. Futuro del Comercio Electrónico

Explica como ha ido evolucionando los negocios en Internet, y como se muestra el plan de futuro, a que van a apostar los negocios en el futuro. El impacto del comercio electrónico en los diferentes sectores de

la economía.

Marketing

Aprendizaje sobre el marketing, los medios que usa y sus distintas aplicaciones.

1. Introducción al Marketing

En esta primera lección se nos presentan los principios básicos del marketing, la identificación de un deseo o una necesidad, en los campos de aplicación y su alcance.

2. La gestión del Marketing

En esta lección aprendemos todo sobre la gestión comercial, proceso por el cual la empresa, teniendo en cuenta las nuevas y variables necesidades del mercado, se adapta a ellas reorientando su cartera de productos.

3. Sistemas de información e investigación en marketing

Estudio del SIM y sus subsistemas, recopilación de información valiosa para el buen funcionamiento de una campaña de marketing. También conoceremos el proceso de investigación de mercados y las distintas herramientas de las que hace uso.

4. El mercado

Definición de mercado y sus distintos tipos, microentorno y macroentorno.

5. Segmentación y posicionamiento

En esta lección aprendemos la importancia de la segmentación del mercado en la labor del marketing.

6. El comportamiento del consumidor

En esta lección aprenderemos sobre el comportamiento de los distintos tipos de consumidor frente al producto o servicio.

7. El producto

Conocimiento del producto, caracteres físicos, compositivos y atributos de valor.

8. El precio

Concepto de precio en marketing, selección de los objetivos, estimación de la demanda, estimación de costes, etc.

9. La distribución

En esta lección conoceremos la definición de distribución y su importancia en una buena campaña de marketing.

10. La publicidad

Definición de publicidad, características y las distintas formas de informar o persuadir al consumidor de las características del producto o servicio.

11. Las relaciones públicas

Definición de relaciones públicas, características y aplicaciones dentro de la campaña de marketing.

Nuevas tecnologías

Introducción a nuevas tecnologías de la comunicación: e-comunicación y los aspectos más relevantes de la misma. Tipos de redes, formas de comunicación en red. Foros, BBS, IRC, etc.

1. La E-Comunicación

En esta lección veremos el concepto de e-comunicación y los aspectos más relevantes de la misma. Tipos de redes, formas de comunicación en red. Foros, BBS, IRC, etc.

2. Archivo informático: sistemas de archivo

En esta selección se estudia el archivo desde un punto de vista informático. Veremos formatos y sistemas de archivos, protocolos, etc.

3. Archivo informático: Sistemas de almacenamiento y nuevas tecnologías

Esta lección veremos los sistemas de almacenamiento de archivos informáticos más importantes, así como nuevas tecnologías aplicadas en este campo: reconocimiento de escritura y voz.