

# Comercio electrónico

## Objetivos

E-commerce o comercio electrónico engloba las ventas generadas en Internet, cable o TV interactiva y que se realizan con pagos on-line. Cada día son más los negocios que sustentan en parte e incluso íntegramente, sus ventas a través del e-commerce. El curso trata sobre aspectos tecnológicos del comercio electrónico, el e-commerce entre empresas y empresa-cliente, técnicas de marketing e Internet, seguridad en las transacciones, logística y distribuciones, consideraciones legales...en definitiva, aspectos claves tratados de forma dinámica y desarrollando casos prácticos.

## Indice

### **1 Introducción al comercio electrónico**

- 1.1 Definición
- 1.2 Situación actual
- 1.3 Comercio electrónico contra comercio tradicional
- 1.4 Ventajas e inconvenientes
- 1.5 Cuestionario: Introducción al comercio electrónico

### **2 La cadena de valor en el comercio electrónico**

- 2.1 Definición
- 2.2 Impacto de Internet en la cadena de valor
- 2.3 Herramientas para el intercambio de información
- 2.4 Cadena de valor electrónica
- 2.5 Cuestionario: La cadena de valor en el comercio electrónico

### **3 Aspectos tecnológicos del comercio electrónico**

- 3.1 IPS - Internet Service Providers
- 3.2 Estructuras
- 3.3 Contenidos
- 3.4 Distribución
- 3.5 Otros servicios para intercambiar información
- 3.6 Descarga de archivos - FTP
- 3.7 Cuestionario: Aspectos tecnológicos del comercio electrónico

### **4 El comercio electrónico entre empresas B2B**

- 4.1 Introducción
- 4.2 Mercados B2B
- 4.3 Pasos básicos de la transacción comercial
- 4.4 Ejemplos de mercado B2B
- 4.5 Servicios que ofrecen las plataformas B2B
- 4.6 Cuestionario: El comercio electrónico entre empresas B2B

### **5 El comercio electrónico empresas-cliente B2C**

- 5.1 Introducción
- 5.2 Mercados B2C
- 5.3 Crear una tienda virtual
- 5.4 Cuestionario: El comercio electrónico empresa-cliente B2C

### **6 E-commerce al servicio de la gestión empresarial**

- 6.1 Introducción
- 6.2 Evolución del comercio electrónico en las empresas
- 6.3 Gestión en los diferentes departamentos
- 6.4 Cuestionario: E-commerce al servicio de la gestión empresarial

### **7 Técnicas de Marketing en Internet**

- 7.1 Introducción
- 7.2 Planificación del e-marketing
- 7.3 Técnicas para la personalización
- 7.4 Técnicas para la publicidad
- 7.5 Técnicas para la fidelización
- 7.6 El éxito online es cuantificable - indicadores de éxito
- 7.7 Las expectativas de tus clientes
- 7.8 El factor clave del éxito - la diferencia es lo que cuenta

- 7.9 Usabilidad
- 7.10 Confianza y seguridad
- 7.11 Marketing y ventas
- 7.12 Servicio al cliente
- 7.13 Cuestionario: Técnicas de marketing en Internet

## **8 Atención al cliente**

- 8.1 Introducción
- 8.2 Atención al cliente en la etapa de precompra
- 8.3 Atención al cliente en la etapa de compra
- 8.4 Atención al cliente - servicio posventa
- 8.5 Ejemplo de atención al cliente
- 8.6 Cuestionario: Atención al cliente

## **9 Seguridad en las transacciones**

- 9.1 Introducción
- 9.2 Protocolo TLS
- 9.3 Funcionamiento del protocolo TLS
- 9.4 Aplicaciones del protocolo TLS
- 9.5 Implementación del protocolo TLS
- 9.6 Protocolo SET - Secure Electronic Transaction
- 9.7 Pasos de una transacción SET
- 9.8 Criptografía
- 9.9 Otros sistemas de protección
- 9.10 Cuestionario: Seguridad en las transacciones

## **10 Medios de pago y procesos de cobro**

- 10.1 Introducción
- 10.2 Pago con tarjeta - TPV Virtual
- 10.3 Pago directo con tarjeta
- 10.4 Dinero electrónico o eCash
- 10.5 CYBERCASH
- 10.6 MILLICENT
- 10.7 Otras formas de pago
- 10.8 Cuestionario: Medios de pago y procesos de cobro.

## **11 Logística y distribución**

- 11.1 Introducción
- 11.2 Nuevos servicios
- 11.3 Cuestionario: Logística y distribución

## **12 Consideraciones jurídicas y legales**

- 12.1 Introducción
- 12.2 Ley de protección de datos de carácter personal
- 12.3 Legislación sobre propiedad intelectual
- 12.4 Contratación electrónica - la LSSICE
- 12.5 Aspectos más relevantes de la LSSICE
- 12.6 La firma electrónica
- 12.7 Cuestionario: Consideraciones jurídicas y legales

## **13 Perspectivas del comercio electrónico**

- 13.1 Situación actual
- 13.2 Perspectivas
- 13.3 Amenazas existentes en el comercio electrónico
- 13.4 Sellos de confianza
- 13.5 Dónde y cómo reclamar si la compra no es satisfactoria
- 13.6 Caso práctico - Ejemplo de éxito
- 13.7 Cuestionario: Perspectivas para el comercio electrónico.
- 13.8 Cuestionario: Cuestionario final

# Marketing en las Redes Sociales - Community management

## Objetivos

Los objetivos que persigue este curso son: • Establecer las pautas para que las empresas incrementen los beneficios que obtienen del uso de Internet mediante la aplicación de técnicas que mejoren sus comunicaciones, la captación y fidelización de clientes, la búsqueda de información, el análisis de la competencia, el posicionamiento de la empresa, la marca y sus productos o servicios, etc. • Conocer las Redes Sociales desde un punto de vista empresarial y como tener presencia en canales 2.0. • Medir la rentabilidad de las estrategias en Redes Sociales. • Conocer como promocionar las ventas mediante el uso de las principales Redes Sociales (Facebook, Twitter, YouTube,...). • Aplicación de técnicas de marketing mediante el uso del marketing mobile y el marketing viral. • Características principales que debe cumplir un Community Manager.

## Indice

### **1 Consideraciones generales**

- 1.1 Definición de Redes Sociales
- 1.2 Concepto de marketing-mix
- 1.3 Integración de las Redes Sociales
- 1.4 Tipos de Redes Sociales
- 1.5 Bases del marketing en las Redes Sociales
- 1.6 Cuestionario: Consideraciones generales

### **2 Organización del trabajo en Redes Sociales**

- 2.1 Introducción
- 2.2 Escuchar
- 2.3 Planificar la estrategia
- 2.4 Crear compromiso
- 2.5 Medir y evaluar
- 2.6 Definir una rutina
- 2.7 Cuestionario: Organización del trabajo en Redes Sociales

### **3 Medición de la estrategia en Redes Sociales**

- 3.1 Introducción
- 3.2 Definir el objetivo
- 3.3 Monitorización
- 3.4 Plan de contingencia
- 3.5 Herramientas para el análisis del Social Media
- 3.6 Cuestionario: Medición de la Estrategia en Redes Sociales

### **4 Uso de las principales Redes Sociales**

- 4.1 Facebook
- 4.2 Twitter
- 4.3 Vídeo marketing en YouTube
- 4.4 Estrategias en YouTube para generar tráfico en su página web
- 4.5 LinkedIn
- 4.6 Cuestionario: Uso de las principales Redes Sociales

### **5 Valoración de los contactos en las Redes Sociales**

- 5.1 Cuánto vale cada fan de la página Facebook
- 5.2 Cuánto vale cada seguidor de Twitter
- 5.3 Cuestionario: Consideraciones generales

### **6 La necesidad de crear un blog**

- 6.1 Introducción
- 6.2 Selección de la plataforma de blog
- 6.3 Plugins recomendados para usar con Wordpress
- 6.4 Explotación del blog corporativo
- 6.5 Trucos para potenciar la visibilidad del blog
- 6.6 Cuestionario: La necesidad de crear un blog

### **7 Éxito y errores en Social Media**

- 7.1 Introducción
- 7.2 Estrategia de blogging
- 7.3 Presencia en Facebook
- 7.4 Presencia en Twitter
- 7.5 Presencia en YouTube
- 7.6 Resumen caso de éxito
- 7.7 Errores de gestión de la reputación en Redes Sociales
- 7.8 Cuestionario: Éxito y errores en Social Media

## **8 Otras aplicaciones de marketing en Social Media**

- 8.1 Marketing mobile
- 8.2 Qué es el Marketing viral
- 8.3 Cómo funciona el Marketing viral
- 8.4 Elementos de una estrategia del Marketing viral
- 8.5 Técnicas de Marketing viral
- 8.6 Elementos que componen una campaña de Marketing viral
- 8.7 Ingredientes que potencian un mensaje de Marketing viral
- 8.8 Cómo construir un mensaje viral eficaz
- 8.9 Cuestionario: Otras aplicaciones de marketing en Social Media

## **9 Community manager**

- 9.1 Definiciones
- 9.2 Perfil y funciones específicas del Community Manager
- 9.3 Las 7 Ces del Community Manager
- 9.4 Cuestionario: Community manager
- 9.5 Cuestionario: Cuestionario final

# Formación en nuevas tecnologías para directivos de PYME

## Objetivos

¿Nuevas Tecnologías (NNTT) para directivos? Sí, rotundo. Las empresas que quieren incorporar las nuevas tecnologías a sus modelos de negocio, se suelen encontrar con una gran barrera: la falta de preparación. Una falta de conocimientos que no ayuda en nada, no ya a implantarlas por sí solos, sino a tratar con especialistas para buscar la mejor solución a sus necesidades. Hablar de nuevas tecnologías abarca muchos campos y en este sentido este curso presenta un “escaparate” diverso que va desde conocimientos sobre e-commerce (comercio electrónico) hasta el contacto telemático con la administración pública.

## Indice

### 1 Herramientas de comunicaciones

- 1.1 La situación actual
- 1.2 Primeros pasos
- 1.3 Definición de conceptos
- 1.4 Herramientas para el intercambio de información
- 1.5 Estructuras internas
- 1.6 Distribución
- 1.7 Normas para un buen funcionamiento del correo electrónico
- 1.8 Otros servicios para intercambiar información
- 1.9 Diseño de sitios Web en HTML
- 1.10 Conseguir que nuestra Web aparezca en los primeros lugares
- 1.11 Contadores
- 1.12 Libros de visita
- 1.13 Caso práctico - Herramientas de comunicaciones
- 1.14 Cuestionario: Herramientas de comunicaciones

### 2 Portales y tiendas virtuales

- 2.1 Crear una tienda virtual
- 2.2 Preguntas más frecuentes sobre la creación de una tienda virtual
- 2.3 Crear un portal
- 2.4 Ayudas y subvenciones
- 2.5 Caso práctico - Portales y tiendas virtuales
- 2.6 Cuestionario: Portales y tiendas virtuales

### 3 Seguridad y medios de pago

- 3.1 Introducción
- 3.2 Protocolo SSL (Secure Socket Layer)
- 3.3 Protocolo SET (Secure Electronic Transaction)
- 3.4 Criptografía
- 3.5 Sistemas de encriptación
- 3.6 Otros sistemas de protección
- 3.7 Medios de pago y procesos de cobro
- 3.8 Pago con tarjeta TPV Virtual
- 3.9 Pago directo con tarjeta
- 3.10 Dinero electrónico o eCash
- 3.11 Cybercash
- 3.12 MilliCent
- 3.13 Otras formas de pago
- 3.14 Caso práctico - Seguridad y medios de pago
- 3.15 Cuestionario: Seguridad y medios de pago

### 4 Usos del comercio electrónico

- 4.1 Introducción al comercio electrónico
- 4.2 Comercio electrónico entre empresas (B2B)
- 4.3 Mercados B2B
- 4.4 Ejemplos de mercado B2B en España
- 4.5 Servicios que ofrecen las plataformas B2B
- 4.6 Comercio electrónico empresa-cliente (B2C)
- 4.7 Mercados B2C
- 4.8 Situación actual del comercio electrónico

- 4.9 Perspectivas
- 4.10 Caso práctico - Usos del comercio electrónico
- 4.11 Cuestionario: Usos del comercio electrónico

## **5 Legislación asociada a nuevas tecnologías**

- 5.1 Introducción
- 5.2 Ley de protección de datos de carácter personal
- 5.3 Legislación sobre propiedad intelectual
- 5.4 Contratación electrónica - La LSSICE
- 5.5 La firma electrónica
- 5.6 Caso práctico - Legislación asociada a nuevas tecnologías
- 5.7 Cuestionario: Legislación asociada a nuevas tecnologías

## **6 Contacto telemático con la administración pública**

- 6.1 Qué es la telemática
- 6.2 Evolución del proceso de adaptación de las Tecnologías de la Información
- 6.3 Introducción a la telemática en la Administración Pública
- 6.4 Plan de Choque
- 6.5 Medida 1 - DNI electrónico
- 6.6 Medida 2 - Puntos de accesos públicos y gratuitos a Internet
- 6.7 Medida 3 - Impulso al desarrollo de los servicios públicos electrónicos
- 6.8 Medida 4 - Cartas de servicios electrónicos
- 6.9 Medida 5 - Desarrollo del Portal del Ciudadano
- 6.10 Medida 6 - Utilización de lenguas cooficiales en España en las páginas Web
- 6.11 Medida 7 - Accesibilidad a las páginas Web de la AGE
- 6.12 Medida 8 - Formularios en Internet
- 6.13 Medida 9 - Notificaciones telemáticas seguras
- 6.14 Medida 10 - Pagos a través de Internet
- 6.15 Medida 11 - Sustitución de certificados en papel por certificados telemáticos
- 6.16 Medida 12 - Portal de servicios de la AGE para integrantes de la Administración Local
- 6.17 Medida 13 - Migración de las comunicaciones de Órganos colegiados en materia TIC hacia la telemática
- 6.18 Medida 14 - Portal del Empleado Público
- 6.19 Medida 15 - Reforma del Consejo Superior de Informática e impulso de la Administración electrónica
- 6.20 Medida 16 - Coordinación con las Administraciones Territoriales
- 6.21 Medida 17 - Análisis de los procesos administrativos de las AGE para apostar por la vía telemática
- 6.22 Medida 18 - Servicio de apoyo telemático a Departamentos Ministeriales
- 6.23 Medida 19 - Sistema de archivo de documentación electrónica
- 6.24 Preocupación actual sobre las Nuevas Tecnologías
- 6.25 Comunicación del ciudadano con la Administración Pública mediante las nuevas tecnologías
- 6.26 Caso práctico - Contacto telemático con la administración pública
- 6.27 Cuestionario: Contacto telemático con la administración pública

## **7 Utilización de sistemas de información**

- 7.1 CRM (Customer Relationship Management)
- 7.2 Realidad del CRM
- 7.3 SCM (Supply Chain Management)
- 7.4 Evolución de la cadena de suministros
- 7.5 Ventajas de SCM
- 7.6 Control de gestión
- 7.7 Cuadros de mando
- 7.8 Caso práctico - Utilización de sistemas de información
- 7.9 Cuestionario: Utilización de sistemas de información

## **8 La formación y el e-learning**

- 8.1 Qué es el e-learning
- 8.2 Objetivos principales de la formación
- 8.3 Áreas fundamentales que engloba el e-learning
- 8.4 Qué reporta la formación continua a la empresa y al trabajador
- 8.5 Inconvenientes de e-learning
- 8.6 Teleformación
- 8.7 Caso práctico - La formación y el e-learning
- 8.8 Cuestionario: La formación y el e-learning

## **9 Gestión de proyectos**

- 9.1 Introducción a la gestión de proyectos
- 9.2 Qué es un proyecto
- 9.3 Historia
- 9.4 El triángulo del proyecto
- 9.5 Qué es Microsoft Project
- 9.6 Administración de un proyecto con Microsoft Project

- 9.7 El jefe de proyecto
- 9.8 Caso práctico - Gestión de proyectos
- 9.9 Cuestionario: Gestión de proyectos
- 9.10 Cuestionario: Cuestionario final