



COMM088PO. Marketing-Mix básico en Internet y gestión online de clientes.

Sku: 19129IN

Horas: 30

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios sobre comercio electrónico y marketing en internet y determinar todos los elementos a tener en cuenta para gestionar de forma autónoma y responsable una empresa. Orientado a administrativos y técnico comerciales. - Comprender el papel de las nuevas tecnologías digitales en las empresas de hoy en día, desde el producto ofrecido hasta el cliente final. - Conocer las características principales del comercio electrónico, y los conceptos básicos que se manejan en este ámbito. - Profundizar en aspectos de base del marketing-mix. - Aprender a realizar un estudio detallado de procesos e instrumentos esenciales en la publicidad online. - Conocer cuáles son las transacciones seguras y medios de pago con los que se puede pagar actualmente a través de internet. - Conocer cuál es el papel que desarrolla el CRM en las empresas, y por qué se ha convertido en un sistema esencial para el buen funcionamiento de las mismas.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. Del producto al cliente Transformación de mercados, productos, medios, tecnologías Las repercusiones para el marketing, producto, precio, distribución y comunicación La personalización de las herramientas del *marketing* Competir según el servicio y el valor añadido Hacia una comunidad de clientes Los protocolos y lenguajes de internet Perfil del usuario de internet Internet como medio de comunicación, sus usos y abusos **UNIDAD 2. Comercio electrónico** Conocimiento del medio virtual Actividades y actores del *e-Commerce* Instrumentos de comercio y seguridad **UNIDAD 3. Marketing-mix en internet** Decisiones de producto, precio y comunicación en internet *Marketing* directo Distribución **UNIDAD 4. Publicidad online** Plan estratégico de comunicación y *branding* Campañas, actuaciones y mensajes: distintos modelos Gestión externa: instrumentos (agencias, *AdWords*) Recursos 2.0: blogs Recursos 2.0: redes sociales Recursos 2.0: portales colaborativos **UNIDAD 5. Medios de pago y transacciones seguras** Medios de pago no bancarios Medios de pago bancarios tradicionales Medios de pago bancarios específicamente desarrollados para los nuevos canales digitales interactivos Evolución de los medios de pago **UNIDAD 6. Gestión de clientes** Gestión online de clientes: características específicas Clasificación y tipologías Software CRM