



COMT066PO. Comercio en internet. Optimización de recursos.

Sku: PD1132

Horas: 90

OBJETIVOS

Analizar en qué forma el uso de internet puede ayudarnos a mejorar los resultados empresariales, aprendiendo a utilizar las herramientas que permitan minimizar costes y aumentar los ingresos y clientes. Utilizar las técnicas básicas de presencia en redes sociales y generar ingresos con el comercio electrónico.

CONTENIDOS

Unidad 1: Minimizar costes • Web 2.0 y mundo online o Los principios de la web 2.0 o La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance o Las relaciones internas y externas en la empresa 2.0 o "Digitalizando" una empresa: Un mundo integrado, no paralelo • Ahorra en tiempo o La red como fuente de información o Localizar partners, colaboraciones y proveedores o Evitar las esperas: Administración electrónica o Banca electrónica: Gestiones habituales o El tele-trabajo • No pagar, o pagar menos (dentro de la legalidad) o En los servicios informáticos: Cloud computing (pago por uso) o En los programas informáticos: Software libre o En las comunicaciones: Voz sobre ip, videoconferencias, fax pc-pc, whatsapp? o Comparadores en línea o Otras ideas • Clientes contentos, menos reclamaciones o Atención al cliente on-line: email, chat o La atención al cliente en redes sociales o Los foros y su empleo como herramienta de asistencia o Quejas y reclamaciones: La rapidez en la respuesta • Ahorro en costes fijos 17,30 horas Cuestionario de Autoevaluación UA 01 30 minutos Actividad de Evaluación UA 01 1 hora Tiempo total de la unidad 19 horas **Unidad 2: Aumentar los posibles clientes (marketing 2.0):** Estrategias de marketing 2.0 • ¿Crear una página? No siempre o Un paso previo: Darnos a conocer con coste mínimo: Plataformas y directorios comerciales o ¿Crear una página? o ¿Crear una página? Qué tienes que saber antes de crear una página web o ¿Cómo crear una web? o Otras alternativas a una página web para vender online • Trasladar lo "tradicional" a internet o Performance marketing (coste según resultados) o La implantación de estrategias de marketing de resultados o El marketing de contenidos o Display (publicidad gráfica en la red) o Publicidad en redes sociales o Email marketing o Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido) o Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago) o Marketing experiencial online o Marketing de

prescripción o Marketing de influencers o Marketing viral o Analizar, analizar y comprobar • Pensar "para" la red o Producto + Precio + Plaza+ Promoción o La evolución de las 4Ps a las 4Cs o Contenido + Contexto + Conexión + Comunidad 18,30 horas Cuestionario de Autoevaluación UA 02 30 minutos Actividad de Evaluación UA 02 1 hora Tiempo total de la unidad 20 horas