

PROGRAMA ESPECIALIZADO – 60 h.

FORMATO: Presencial

ÁREA: Digital

OBJETIVOS

- » El posicionamiento, desarrollo de contenidos, creación de las ofertas y servicios, e integración con el negocio tradicional.
- » Aspectos técnicos y de recursos necesarios del front y back office, indispensables para la puesta en marcha y buen funcionamiento de una tienda Online.
- » La generación de visitas a la web, cómo incentivar su entrada, cómo incrementar el valor del cliente Online, cómo lograr pasar del interés a la compra, mejora de usabilidad, etc.
- » La seguridad en las transacciones en Internet, los aspectos legales relacionados con los servicios de la sociedad de la información y las soluciones logísticas para el correcto cumplimiento del servicio.

PROGRAMA - FASES

- » Introducción al Comercio Electrónico.
- » Back end: ¿cómo crear o adaptar un negocio on line?
- » Front end: ¿cómo crear o adaptar un negocio on line?
- » Características de una tienda on line.
- » Política de producto on line.
- » Política de comunicación on line.
- » Política de distribución en Comercio Electrónico.
- » Política de precios y medios de pago on line.
- » Comercio Electrónico en un entorno B2B.
- » M-commerce y T-commerce.

METODOLOGÍA

PRESENCIAL:

- » Aportaciones del claustro.
- » Casos prácticos individuales y grupales.
- » Role-plays.
- » Debate y análisis de situaciones reales.
- » Flipped classroom.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

- » Profesionales del marketing, comunicación, publicidad y / o venta. Responsables de comercio electrónico. Responsables de e-Business. Responsables de e-Marketing. Freelances creativos digitales. Profesionales de agencias y consultoras interactivas.

**Información sujeta a posibles modificaciones en función del diseño final fruto de la propuesta con cliente.*