

Curso INTERNET AL SERVICIO DE LOS NEGOCIOS

MODALIDAD: DISTANCIA / TELEFORMACIÓN

DURACIÓN: 40 HORAS

DIRIGIDO A:

Trabajadores que requieran de formación en materia de habilidades y técnicas relacionadas con el uso de Internet al servicio de los negocios, y que, bien por razones organizativas, de polivalencia, movilidad funcional, desarrollo profesional u otras, pudieran requerir la adquisición de competencias en este área. Como norma general, los destinatarios son trabajadores cualificados que pertenecen a diferentes colectivos profesionales y áreas funcionales de las empresas.

OBJETIVOS GENERALES:

- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para comprender y participar en la implantación y desarrollo de sistemas basados en el uso de Internet al servicio de los negocios de la empresa, aplicando las estrategias y herramientas más adecuadas.
- Contribuir al desarrollo profesional de los participantes, mejorando su empleabilidad mediante aprendizajes funcionales que suponen la adquisición de competencias transversales en el uso de Internet al servicio de los negocios.
- Tomar conciencia del uso de Internet al servicio de los negocios como factor clave que condiciona la viabilidad y rentabilidad de la empresa.

CONTENIDOS:

INTERNET Y NEGOCIOS e-BUSINESS.

- 1.1. ¿Qué está cambiando en nuestro entorno?
 - 1.1.1. Los cambios del entorno.
 - 1.1.2. Arquitectura y acceso a Internet.
- 1.2. ¿Qué posibilidades me ofrece Internet?
 - 1.2.1. TELNET y FTP.
 - 1.2.2. NEWS, IRC, E-MAIL.
 - 1.2.3. WWW.
 - 1.2.4. Búsquedas en Internet.
- 1.3. ¿Qué es el e-Business?
 - 1.3.1. Modelo e-Business.
 - 1.3.2. Negocios en la red.
 - 1.3.3. Orientación hacia el cliente.
 - 1.3.4. Gestión de personas y organizaciones.
- 1.4. Modelos de negocio funcionando en la red.
 - 1.4.1. Mercados digitales y nuevos negocios. Modelos de negocio en la red.
- 1.5. La globalización de las empresas.
 - 1.5.1. Globalización de la economía.
 - 1.5.2. Externalización.
 - 1.5.3. Retos políticos para el crecimiento de la economía digital.



e-COMMERCE.

- 2.2. ¿Qué es el e-Commerce?
 - 2.1.1. Introducción.
 - 2.1.2. Ventajas del comercio electrónico.
- 2.3. Los factores claves del éxito.
 - 2.2.1. Mercado tradicional vs comercio digital.
- 2.4. ¿Cómo atraer a los clientes?
 - 2.3.1. Publicidad off y on line.
 - 2.3.2. Los banners.
 - 2.3.3. Buscadores y portales.
 - 2.3.4. Otras formas publicitarias.
- 2.5. ¿Cómo retener a los clientes?
 - 2.4.1. Introducción.
 - 2.4.2. Diseño de páginas WEB.
- 2.6. ¿Cómo fidelizar a nuestros clientes?
 - 2.5.1. La fidelización.
- 2.7. Internet y el Marketing.
 - 2.6.1. Marketing tradicional.
 - 2.6.2. ¿Cómo afecta Internet a este proceso?

SEGURIDAD Y MEDIOS DE PAGO.

- 3.2. Seguridad en Internet.
 - 3.1.1. Introducción.
 - 3.1.2. Transmisión de datos seguros.
- 3.2. Medios de pago.
 - 3.2.1. Introducción.
 - 3.2.2. Sistema PGP.
 - 3.2.3. Protocolo SSL.
 - 3.2.4. Sistema SET.
 - 3.2.5. Tarjetas y dinero digital.
- 3.3. Aspectos legales.
 - 3.3.1. Legislación contratación on-line.
 - 3.3.2. Propiedad intelectual.

LAS COMPRAS POR INTERNET.

- 4.1. ¿Qué es el e-Procurement?
 - 4.1.1. Antecedentes del e-Procurement.
 - 4.1.2. Beneficios.
 - 4.1.3. Prestaciones del e-Procurement.
- 4.1. ¿Qué es un Marketplace?-Marketplaces.
 - 4.2.1. Ventajas de los mercados virtuales.
 - 4.2.2. Instrumentos y potencialidades.
 - 4.2.3. El pedido del cliente.
 - 4.2.4. El catálogo On-Line.
 - 4.2.5. Ejemplos por sectores.
 - 4.2.6. Seguimiento de casos reales con éxito.
 - 4.2.7. Portales de subastas.
 - 4.2.8. Las compras por Internet.



COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL.

- 5.1. La Comunicación en la empresa del siglo XXI.
 - 5.1.1. Importancia de la comunicación en la empresa.
 - 5.1.2. Efectos de una negativa comunicación.
 - 5.1.3. Causas de una deficiente comunicación.
 - 5.1.4. Para qué comunicar.
 - 5.1.5. Tipos de comunicación en la empresa.
 - 5.1.6. Era digital y comunicación.
- 5.2. Fundamentos de la comunicación interna.
 - 5.2.1. Principios generales.
 - 5.2.2. Variables.
 - 5.2.3. Responsabilidades.
- 5.3. El Plan de comunicación interna.
 - 5.3.1. Plan de comunicación interna.
 - 5.3.2. Difundir la información.
 - 5.3.3. La retroalimentación de los empleados.
 - 5.3.4. Asistencia al empleado.

MARKETING ON-LINE.

- 6.1. Mercado On-Line vs Mercado Tradicional.
 - 6.1.1. Diferencias. Ventajas de Internet como herramienta de negocio.
- 6.2. Las decisiones estratégicas.
 - 6.2.1. Objetivos de la presencia en Internet. Público objetivo.
- 6.3. Cómo atraer a los clientes.
 - 6.3.1. Publicidad off-line y on-line. Métricas. Banners. Buscadores. Portales. Marketing viral.
- 6.4. Cómo retener a los clientes.
 - 6.4.1. Diseño de nuestra página Web.
- 6.5. Cómo fidelizar a los clientes.
 - 6.5.1. Normas básicas y herramientas One to One.