

Postgrado en Ecommerce y Técnicas de Venta Online

Titulación de postgrado emitida por Mediterránea Business School

Módulos:

- Introducción al comercio online (MBSICO)
- Creación de una tienda online (MBSCTO)

¿Qué vas a aprender?

- Manejar las diferentes plataformas de captación de clientes en Internet
- Diferentes tipos de clientes y sus motivos de compra
- Posicionar páginas web en buscadores
- Cómo lanzar y gestionar un comercio electrónico
- Firma y facturación electrónica



TEMARIO RESUMIDO

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ONLINE

INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ONLINE

1. INTRODUCCIÓN A LOS GESTORES DE CONTENIDOS

- 1.1. ¿Qué son?
- 1.2. Orígenes de los Gestores de Contenidos.
- 1.3. Ventajas de los Gestores de Contenidos.
- 1.4. Gestores de Contenidos comerciales vs gestores de Contenidos libres.
- 1.5. ¿Para qué se utilizan? Algunos ejemplos.
- 1.6. Otros Gestores de Contenidos.
- 1.7. ¿Hacia dónde van los CMS?
- 1.8. Influencia e impacto.
- 1.9. Uso eficiente.
- 1.10. Tecnologías asociadas.

2. MARKETING

- 2.1. Introducción al marketing.
- 2.2. El nuevo panorama en el marketing online.
- 2.3. La orientación al mercado.
- 2.4. Claves de una buena presencia en Internet.
- 2.5. Publicidad en Internet.
- 2.6. Reputación online.



2.7. El community manager.

3. EL COMERCIO ELECTRÓNICO

3.1. Introducción.

3.2. Modalidades del comercio electrónico.

3.3. Cómo es el comprador online.

3.4. Seguridad del consumidor.

3.5. Métodos de pago.

3.6. Logística.

3.7. Mobile Commerce.

3.8. Métricas del comercio electrónico.

3.9. Contratación electrónica.

3.10. Fiscalidad en el comercio electrónico.

3.11. Legislación.

LA INTERFAZ DE UN GESTOR DE CONTENIDOS

1. ELEMENTOS ESENCIALES DE UNA TIENDA ONLINE

1.1. La información corporativa y otros datos de interés.

1.2. El catálogo de productos y/o servicios.

1.3. El proceso de registro.

1.4. El proceso de compra.

1.5. El Servicio de Atención al Cliente.

2. INTRODUCCIÓN AL DISEÑO WEB

1.1. El color.

1.2. Los gráficos y otros recursos multimedia.

1.3. La tipografía.

3. INTRODUCCIÓN A LA ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN



- 3.1. Definición.
- 3.2. Fases para definir una AI.
- 3.3. Estructuras arquitectónicas.

MÓDULO 2: CREACIÓN DE UNA TIENDA ONLINE

1. MARKETING ONLINE

- 1.1. Introducción
- 1.2. Concepto de Marketing Digital
- 1.3. Funciones y objetivos del Marketing Digital
- 1.4. Ventajas del Marketing Digital
- 1.5. Características de Internet como medio del Marketing Digital

2. EL ENTORNO WEB

- 2.1. Instalación de Wordpress
- 2.2. Configuraciones iniciales
- 2.3. Themes
- 2.4. Personalización de Wordpress
- 2.5. Creación de Posts y Páginas
- 2.6. Gestión comentarios
- 2.7. Biblioteca Multimedia
- 2.8. Gestión de usuarios y roles
- 2.9. Herramientas útiles

3. COMERCIO ELECTRÓNICO

- 3.1. Auge del comercio online
- 3.2. Tipos de eCommerce



3.3. Atención al cliente

3.4. Embudos de conversión

3.5. Casos de éxito

