GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0 ADGD124PO

SKU: EVOL-7263-iNO-B | **Categorías:** ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN, Administración y Oficinas

INFORMACIÓN DEL CURSO

Horas	200
Más información	CONTENIDO ADAPTADO A CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0

Objetivos

Este Curso GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0 le ofrece una formación especializada en la materia dentro de la Familia Profesional de Administración y gestión. Con este CURSO GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0 el alumno será capaz de desenvolverse dentro del Sector y comprender y aplicar los conocimientos técnicos propios de la actividad de un negocio online relativos a la planificación, logística, marketing, servicio, tecnología y comunicación.

Contenidos

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EL DESARROLLO DEL NEGOCIO ONLINE.

1. Cómo iniciar un proyecto de negocios online.
2. El análisis de la solidez del futuro del negocio online.
3. Objetivos: ¿Tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?
4. Riesgos antes de comenzar con el negocio online.
5. Casos de éxito: Negocios que funcionan en Internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. CÓMO DESARROLLAR UN ADECUADO PLAN DE NEGOCIOS ONLINE.

1. Online Business Plan.
2. Resumen ejecutivo.
3. Definir el negocio: público objetivo y mercado potencial.
4. Especificación del producto o servicio.
5. Requerimientos humanos y tecnológicos.

6. Organización interna del negocio online.
7. Desarrollo del Plan de Marketing Estratégico.
8. El Plan económico-financiero.
9. Timing de implantación del negocio Online.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO Y USABILIDAD DE LA PÁGINA WEB DEL NEGOCIO ONLINE.

1. Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.
2. Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.
3. Prácticos: Aplicaciones de software disponibles.
4. Caso real: Virtual Shop.
5. Estructura del negocio online: BackOffice y Frontoffice.
6. Cómo realizar el mantenimiento: pedidos, facturas, etc.
7. Diseño y usabilidad de la página web.
8. Consejos para el diseño web.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. SEGURIDAD EN LAS TRANSACCIONES DE VENTA ONLINE.

1. Requerimientos de seguridad en la venta Online.
2. Protocolos de seguridad existentes y cómo deben seguirse.
3. Cómo garantizar la seguridad en la pasarela de pago.
4. Adquirir un certificado de seguridad digital.
5. Cumplir con la legislación vigente: protección de datos.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. LA LOGÍSTICA DE UN NEGOCIO ONLINE

1. Identificación de las necesidades logísticas del negocio Online.
2. La gestión práctica del almacenaje y la distribución del producto.
3. Caso real: Elegir un sistema de información logístico.
4. La gestión de las relaciones con las empresas de transporte.
5. La posibilidad de externalizar los servicios de logística.
6. Caso de Éxito: La logística en un negocio Online.

UNIDAD DIDÁCTICA 6. POSICIONAMIENTO SEO DE LA PÁGINA WEB.

1. Claves para el posicionamiento SEO de la página Web.
2. Definición de la estrategia de posicionamiento SEO.
3. Cómo elegir un buen profesional analista SEO.
4. Aplicación de los principios del SEO al Negocio Online.

UNIDAD DIDÁCTICA 7. MARKETING EN BUSCADORES O SEM.

1. Posicionamiento del negocio Online a través del SEM.
2. Cómo realizar una correcta segmentación del target objetivo.
3. Aplicación y uso del Google Adwords para el posicionamiento de la web.
4. Cómo contratar una campaña SEM con Google Adwords.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. CÓMO PROMOCIONAR EL NEGOCIO ONLINE: ATRAER TRÁFICO A LA WEB.

1. El Plan de Marketing Online.
2. Cuánto debemos invertir en promoción online.
3. Planificar de forma eficaz las campañas de e-mail Marketing.
4. La gestión práctica de una campaña de “banners”.
5. Participar en los programas de Afiliados.
6. Cuándo recurrir a las Agencias de Publicidad Online.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. OFRECER EL MEJOR SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

1. Conseguir la fidelidad del cliente hacia el Negocio Online.
2. Caso real: Sistemas de e-CRM actuales.
3. Dar soporte a la Atención al Cliente en el Negocio Online.
4. Recuperar al cliente insatisfecho: reclamaciones y quejas.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. TECNOLOGÍA, COMUNICACIÓN ONLINE Y REDES SOCIALES

1. Adaptarse al rápido avance de las tecnologías
2. Redes Sociales actuales y tendencias futuras
3. Redes Sociales genéricas: FaceBook, Twitter, linkedin, Google Plus, etc.
4. Redes Sociales específicas: Flickr, Google Maps, Youtube, etc.
5. Nuevos dispositivos de comunicación: Smartphones, Tablets, etc.
6. Otras Redes sociales: Foursquare, FaceBook Places, Gowalla, etc.
7. El futuro de las tecnologías y de la comunicación online
8. Evolución hacia la Web .

UNIDAD DIDÁCTICA 11. CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

1. Branding en Redes Sociales.
2. Orientar una página de Facebook a la captación de seguidores.
3. Gestionar un perfil en Twitter y convertirse en referente.
4. Aprovechar el potencial de Google Plus.
5. Estar en otras redes sociales temáticas: Youtube, Flickr, etc.
6. Aplicaciones para aprovechar las ventajas de la Geolocalización.
7. Social Shopping: cómo vender a través de redes sociales.

UNIDAD DIDÁCTICA 12. GESTIÓN DE BLOG CORPORATIVO.

1. Coste y requerimientos para el desarrollo de un Blog corporativo.
2. Técnicas para atraer tráfico de calidad a través del Blog.
3. Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.
4. El Blog en la estrategia online del hotel: Facebook Connect, etc.
5. Ejercicio práctico : Cómo crear un blog con Blogger, paso a paso
6. Ejercicio práctico : Cómo crear un blog con Wordpress, paso a paso.

UNIDAD DIDÁCTICA 13. MARKETING .

1. Value Management: Prepararse para el Marketing ..
2. Co-Creation: El cliente como creador del producto.
3. Comunidades .: Comunicación Cliente-Cliente.
4. Creación de campañas de Comunicación en la Web Semántica.
5. El impacto del Marketing . en la estrategia de la empresa.
6. Sostenibilidad y Responsabilidad Social en el nuevo Marketing.
7. Ejemplo Real: Nuestra marca y su ADN social.
8. Ejercicio Práctico: Crear una estrategia de Marketing dinámica ..

UNIDAD DIDÁCTICA 14. ANÁLISIS Y ESTADÍSTICAS.

1. Cómo controlar del negocio online de forma eficaz
2. Análisis de los indicadores de información general.
3. Caso práctico: Uso de Google Analytics para la medición de la Web.
4. Evaluación de la reputación de la marca en Internet.
5. El Cuadro de Mando del negocio Online.
6. Otras aplicaciones de medición de tráfico
7. Ejercicio práctico: Aplicación del Cuadro de Mando.

UNIDAD DIDÁCTICA 15. REQUISITOS LEGALES EN LA ACTIVIDAD DE UN NEGOCIO ONLINE.

1. La Sociedad y la forma legal más adecuada.
2. La gestión de la protección de datos.
3. Las condiciones de Contratación.
4. Servicios de la sociedad de información y el Comercio Electrónico.
5. Ley de Ordenación del comercio minorista.

Tal vez te interese este curso: Curso en Nuevas Tendencias en Recursos Humanos

O quizá este otro: Técnico Profesional en Psicología Social

Síguenos en: Instagram