

MARKETING EN INTERNET

❖ Modalidad: Distancia.

❖ Duración: **80** horas

❖ Objetivos:

- Adquirir y adaptar las habilidades del marketing al entorno on-line.
- Diseñar e implantar estrategias de comercialización efectivas en el entorno interactivo.
- Crearse una imagen favorable hacia sus productos o servicios.
- Conseguir una presencia en Internet que les suponga un incremento en su rentabilidad y por consiguiente una mejora en sus beneficios.

❖ Contenidos:

Principios de marketing

Entorno del Marketing. Enfoque estratégico. Planificación. Factores que influyen en el comportamiento de compra. Herramientas de marketing. Segmentación de mercados.

Internet y marketing

El marketing en la empresa. Herramientas de marketing en Internet. Internet y su impacto. Benchmarking. Problemática.

Webs empresariales

Tipos de Web. Tecnologías disponibles para el desarrollo de una Web. Estrategia de desarrollo de páginas webs. Eficacia y rentabilidad de la página web. La publicidad en Internet.

Comercio electrónico

Conceptos básicos. Tipos de comercio electrónico. Ventajas y desventajas del comercio electrónico en Internet. Una preocupación constante: La seguridad del comercio electrónico. Las fórmulas de pago. Los peligros de Internet (Los hackers).

Legislación y seguridad en Internet y el comercio electrónico

Protección y seguridad en Internet. Aspectos generales de la Contratación Informática. La Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de Información y de Comercio Electrónico.

El Código Penal de 1995 e Internet.