



CURSO



Curso Experto de
**Técnicas de Ventas y
Comercio Electrónico**



INEAF
BUSINESS SCHOOL

INEAF Business School



Índice

Curso Experto de **Técnicas de Ventas y Comercio Electrónico**

1. Historia
2. Titulación Curso Experto de Técnicas de Ventas y Comercio Electrónico
[Resumen](#) / [A quién va dirigido](#) / [Objetivos](#) / [Para que te prepara](#) / [Salidas Laborales](#) / [INEAF Plus](#)
3. Metodología de Enseñanza
4. Alianzas
5. Campus Virtual
6. Becas
7. Claustro Docente
8. Temario Completo



Historia

Ineaf Business School



En el año 1987 nace la primera promoción del Máster en Asesoría Fiscal impartido de forma presencial, a sólo unos metros de la histórica Facultad de Derecho de Granada. Podemos presumir de haber formado a profesionales de éxito durante las 27 promociones del Máster presencial, entre los que encontramos abogados, empresarios, asesores fiscales, funcionarios, directivos, altos cargos públicos, profesores universitarios...

El Instituto Europeo de Asesoría Fiscal INEAF ha realizado una apuesta decidida por la innovación y nuevas tecnologías, convirtiéndose en una Escuela de Negocios líder en formación fiscal y jurídica a nivel nacional.

Ello ha sido posible gracias a los cinco pilares que nos diferencian:

- **Claustro** formado por profesionales en ejercicio.
- **Metodología y contenidos** orientados a la práctica profesional.
- **Ejemplos y casos prácticos** adaptados a la realidad laboral.
- **Innovación** en formación online.
- **Acuerdos** con Universidades.



Curso Experto de Técnicas de Ventas y Comercio Electrónico

DURACIÓN	450 H
PRECIO	1299 €
MODALIDAD	Online

Entidad impartidora:

INEAF - Instituto Europeo de Asesoría Fiscal



Programa de Becas / Financiación 100% Sin Intereses

Titulación Curso Experto

- Titulación expedida por el Instituto Europeo de Asesoría Fiscal (INEAF), avalada por el Instituto Europeo de Estudios Empresariales (INESEM) “Enseñanza no oficial y no conducente a la obtención de un título con carácter oficial o certificado de profesionalidad.”



Resumen

La propuesta comercial de una empresa determina su devenir de sus ventas tanto en los entornos físicos como digitales. A través de técnicas de ventas, el estudio del mercado, y la planificación de objetivos, estos profesionales contribuyen a comercializar sus productos o servicios en el comercio electrónico. El Curso de Técnicas de Ventas será la clave con la que convertirte en el profesional que es vital para garantizar la subsistencia o la expansión de las empresas.

A quién va dirigido

Los estudiantes o titulados universitarios en áreas como Marketing, ADE o económicas serán los mayores interesados en el Curso de Técnicas de Ventas. También aquellos emprendedores que desean aprender a confeccionar una estrategia comercial que aumente sus ventas en el canal online. Además, puede interesarle a cualquier persona que desea desarrollar una idea de negocio online.

Objetivos

Con el Curso Experto de ***Técnicas de Ventas y Comercio Electrónico*** usted alcanzará los siguientes objetivos:

- Familiarizarse con las tendencias de la comercialización y la distribución comercial a través de las fuentes de información.
- Adquirir habilidades de liderazgo en la gestión de equipos comerciales a través de la motivación y la reanimación.
- Analizar los tipos y las fases del proceso de venta, desde la preparación de la venta hasta el estudio del cliente tipo.
- Aprender técnicas de venta como la argumentación comercial, la refutación de objeciones, la persuasión a la compra, o la venta cruzada.
- Ejecutar e implantar un plan de marketing a través de internet como canal de venta y en el punto de venta.
- Conocer los modelos de negocio online, las especialidades del proceso de compra, y los medios de pago electrónicos.
- Entender la normativa que rige en el comercio electrónico y en el marketing digital.





¿Y, después?

INEAF *Plus*. Descubre las ventajas

SISTEMA DE CONVALIDACIONES INEAF

La organización modular de nuestra oferta formativa permite formarse paso a paso; si ya has estado matriculado con nosotros y quieres cursar nuevos estudios solicita tu plan de convalidación. No tendrás que pagar ni cursar los módulos que ya tengas superados.

ACCESO DE POR VIDA A LOS CONTENIDOS ONLINE

Aunque haya finalizado su formación podrá consultar, volver a estudiar y mantenerse al día, con acceso de por vida a nuestro Campus y sus contenidos sin restricción alguna.

CONTENIDOS ACTUALIZADOS

Toda nuestra oferta formativa e información se actualiza permanentemente. El acceso ilimitado a los contenidos objeto de estudio es la mejor herramienta de actualización para nuestros alumno/as en su trabajo diario.

DESCUENTOS EXCLUSIVOS

Los antiguos alumno/as acceden de manera automática al programa de condiciones y descuentos exclusivos de INEAF Plus, que supondrá un importante ahorro económico para aquellos que decidan seguir estudiando y así mejorar su currículum o carta de servicios como profesional.



OFERTAS DE EMPLEO Y PRÁCTICAS

Desde INEAF impulsamos nuestra propia red profesional entre nuestros alumno/as y profesionales colaboradores. La mejor manera de encontrar sinergias, experiencias de otros compañeros y colaboraciones profesionales.

NETWORKING

La bolsa de empleo y prácticas de INEAF abre la puerta a nuevas oportunidades laborales. Contamos con una amplia red de despachos, asesorías y empresas colaboradoras en todo el territorio nacional, con una importante demanda de profesionales con formación cualificada en las áreas legal, fiscal y administración de empresas.

SALIDAS LABORALES

Sector empresarial, Agencias de Publicidad, Departamento comercial de Grandes empresas y Pymes, Oficinas de comercio, Jefe de ventas, Especialistas en Comercio Electrónico, Responsable de sites, Dirección de ventas, Responsables de Sites.

¿PARA QUÉ TE PREPARA?

El Curso de Técnicas de Ventas te prepara para que puedas combinar y dominar las disciplinas del comercio electrónico y el marketing online adaptando el entorno de las ventas conforme a la sociedad de la información y los medios digitales. Aprenderás a adaptar la propuesta comercial de la empresa al canal online teniendo en cuenta sus particularidades para que puedas desarrollar la estrategia de negocio empresarial de una forma óptima.

En INEAF ofrecemos oportunidades de formación sin importar horarios, movilidad, distancia geográfica o conciliación.

Nuestro método de estudio online se basa en la integración de factores formativos y el uso de las nuevas tecnologías. Nuestro equipo de trabajo se ha fijado el objetivo de integrar ambas áreas de forma que nuestro alumnado interactúe con un CAMPUS VIRTUAL ágil y sencillo de utilizar. Una plataforma diseñada para facilitar el estudio, donde el alumnado obtenga todo el apoyo necesario, ponemos a disposición del alumnado un sinfín de posibilidades de comunicación.

Nuestra metodología de aprendizaje online, está totalmente orientada a la práctica, diseñada para que el alumnado avance a través de las unidades didácticas siempre prácticas e ilustradas con ejemplos de los distintos módulos y realice las Tareas prácticas (Actividades prácticas, Cuestionarios, Expedientes prácticos y Supuestos de reflexión) que se le irán proponiendo a lo largo del itinerario formativo.

Al finalizar el máster, el alumnado será capaz de transformar el conocimiento académico en conocimiento profesional.

metodología INEAF



Profesorado y servicio de tutorías

Todos los profesionales del Claustro de INEAF compatibilizan su labor docente con una actividad profesional (Inspectores de Hacienda, Asesores, Abogados ...) que les permite conocer las necesidades reales de asesoramiento que exigen empresas y particulares. Además, se encargan de actualizar continuamente los contenidos para adaptarlos a todos los cambios legislativos, jurisprudenciales y doctrinales.

Durante el desarrollo del programa el alumnado contará con el apoyo permanente del departamento de tutorización. Formado por especialistas de las distintas materias que ofrecen al alumnado una asistencia personalizada a través del servicio de tutorías on-line, teléfono, chat, clases online, seminarios, foros ... todo ello desde nuestro CAMPUS Online.

Materiales didácticos

Al inicio del programa el alumnado recibirá todo el material asociado al máster en papel. Estos contenidos han sido elaborados por nuestro claustro de expertos bajo exigentes criterios de calidad y sometido a permanente actualización. Nuestro sistema de Campus online permite el acceso ilimitado a los contenidos online y suministro gratuito de novedades y actualizaciones que hacen de nuestros recursos una valiosa herramienta para el trabajo diario.



Alianzas

En INEAF, las **relaciones institucionales** desempeñan un papel fundamental para mantener el máximo grado de excelencia en nuestra oferta formativa y situar a nuestros alumno/as en el mejor escenario de oportunidades laborales y relaciones profesionales.



ASOCIACIONES Y COLEGIOS PROFESIONALES

Las alianzas con asociaciones, colegios profesionales, etc. posibilitan el acceso a servicios y beneficios adicionales a nuestra comunidad de alumno/as.



EMPRESAS Y DESPACHOS

Los acuerdos estratégicos con empresas y despachos de referencia nos permiten nutrir con un especial impacto todas las colaboraciones, publicaciones y eventos de INEAF. Constituyendo INEAF un cauce de puesta en común de experiencia.

CALIDAD

PRÁCTICO

ACTUALIZADO

Si desea conocer mejor nuestro Campus Virtual puede acceder como invitado al curso de demostración a través del siguiente enlace:

alumnos.ineaf.es

campus virtual

En nuestro afán por adaptar el aprendizaje a la filosofía 3.0 y fomentar el empleo de los nuevos recursos tecnológicos en la empresa, **hemos desarrollado un Campus virtual (Plataforma Online para la Formación 3.0) exclusivo de última generación con un diseño funcional e innovador.**

Entre las herramientas disponibles encontrarás: servicio de tutorización, chat, mensajería y herramientas de estudio virtuales (ejemplos, actividades prácticas – de cálculo, reflexión, desarrollo, etc.-, vídeo-ejemplos y videotutoriales, además de “supercasos”, que abarcarán módulos completos y ofrecerán al alumnado una visión de conjunto sobre determinadas materias).

El Campus Virtual permite establecer contacto directo con el equipo de tutorización a través del sistema de comunicación, permitiendo el intercambio de archivos y generando sinergias muy interesantes para el aprendizaje.

El alumnado dispondrá de **acceso ilimitado a los contenidos** contando además con manuales impresos de los contenidos teóricos de cada módulo, que le servirán como apoyo para completar su formación.

En INEAF apostamos por tu formación y ofrecemos un **Programa de becas y ayudas al estudio**. Somos conscientes de la importancia de las ayudas al estudio como herramienta para garantizar la inclusión y permanencia en programas formativos que permitan la especialización y orientación laboral.

BECAS

BECA DESEMPLEADOS Y ESTUDIANTES	BECA ANTIGUOS ALUMNOS	BECA AUTÓNOMOS	BECA FORMATIVA DE COLABORACIÓN
<p>Para aquellos que se encuentre en situación de desempleo o estén cursando estudios y decidan invertir su tiempo en actualizar sus conocimientos o reorientar su carrera profesional.</p>	<p>Queremos que sigas formándote con nosotros, por ello INEAF te ofrece un 20% dto. en todo nuestro catálogo y te garantiza la beca en los programas Máster.</p>	<p>Valoramos a aquellos que inician su propia aventura empresarial y ven en la formación un valor añadido a sus servicios. INEAF ofrece a los autónomos una beca del 15% dto.</p>	<p>Colaboradores y personal asociado. Tanto por ciento de beca acordado en función del convenio de colaboración.</p>
<p>Documentación a aportar:</p> <ul style="list-style-type: none">• Justificante de encontrarse en situación de desempleo• Documentación que acredite la situación de estudiante	<p>Documentación a aportar:</p> <ul style="list-style-type: none">• No tienes que aportar nada. ¡Eres parte de INEAF!	<p>Documentación a aportar:</p> <ul style="list-style-type: none">• Copia del último recibo de autónomo	<p>Documentación a aportar:</p> <ul style="list-style-type: none">• Consulta información sobre el convenio de colaboración
20%	20%	15%	%

Para más información puedes contactar con nosotros en el teléfono 958 050 207 y también en el siguiente correo electrónico: formacion@ineaf.es

El Claustro Docente de INEAF será el encargado de analizar y estudiar cada una de las solicitudes, y en atención a los **méritos académicos y profesionales** de cada solicitante decidirá sobre la concesión de **beca**.

A photograph of three professionals sitting around a wooden conference table in a room with bookshelves. A man with glasses and a suit is on the left, a woman in a pink top is in the middle, and a man in a suit and glasses is on the right. They are looking towards the camera. On the table are papers, a calculator, and a pen holder.

"Preparamos profesionales con casos prácticos,
llevando la realidad del mercado laboral a
nuestros Cursos y Másteres"

Claustro docente

Nuestro equipo docente está formado por Inspectores de Hacienda, Abogados, Economistas, Graduados Sociales, Consultores, ... Todos ellos profesionales y docentes en ejercicio, con contrastada experiencia, provenientes de diversos ámbitos de la vida empresarial que aportan aplicación práctica y directa de los contenidos objeto de estudio, contando además con amplia experiencia en impartir formación a través de las TICs.

Se ocupará además de resolver dudas al alumnado, aclarar cuestiones complejas y todas aquellas otras que puedan surgir durante la formación.

Si quieres saber más sobre nuestros docentes accede a la sección Claustro docente de nuestra web desde

[aquí](#)



Temario

Curso Experto de **Técnicas de Ventas y Comercio Electrónico**



PROGRAMA ACADEMICO

Módulo 1. Técnico en marketing y jefe de ventas

Módulo 2. Comercio electrónico: modelo de negocio online, proceso de compra y pago, promoción web, fidelización de clientes y entorno legal

Módulo 3. Régimen jurídico del marketing digital

Módulo 1.

Técnico en marketing y jefe de ventas

Unidad formativa 1.

Técnicas de venta

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

ORGANIZACIÓN DEL ENTORNO COMERCIAL

1. Estructura del entorno comercial
2. Fórmulas y formatos comerciales
3. Evolución y tendencias de la comercialización y distribución comercial. Fuentes de información y actualización comercial
4. Estructura y proceso comercial en la empresa
5. Posicionamiento e imagen de marca del producto, servicio y los establecimientos comerciales
6. Normativa general sobre comercio
7. Derechos del consumidor

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

GESTIÓN DE LA VENTA PROFESIONAL

1. El vendedor profesional
2. Organización del trabajo del vendedor profesional
3. Manejo de las herramientas de gestión de tareas y planificación de visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

LIDERAZGO DEL EQUIPO DE VENTAS

1. Dinamización y dirección de equipos comerciales.
2. Estilos de mando y liderazgo.
3. Las funciones de un líder.
4. La Motivación y reanimación del equipo comercial.
5. El líder como mentor.

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

PROCESOS DE VENTA

1. Tipos de venta.
2. Fases del proceso de venta.
3. Preparación de la venta.
4. Aproximación al cliente.
5. Análisis del producto/servicio.
6. El argumentario de ventas.

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE VENTA

1. Presentación y demostración del producto/servicio.
2. Demostraciones ante un gran número de clientes.
3. Argumentación comercial.
4. Técnicas para la refutación de objeciones.
5. Técnicas de persuasión a la compra.
6. Ventas cruzadas.
7. Técnicas de comunicación aplicadas a la venta.
8. Técnicas de comunicación no presenciales.

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

SEGUIMIENTO Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

1. La confianza y las relaciones comerciales.
2. Estrategias de fidelización.
3. Externalización de las relaciones con clientes: telemarketing.
4. Aplicaciones de gestión de relaciones con el cliente (CRM).

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS Y RECLAMACIONES PROPIOS DE VENTA

1. Conflictos y reclamaciones en la venta.
2. Gestión de quejas y reclamaciones.
3. Resolución de reclamaciones.
4. Respuestas y usos habituales en el sector comercial.
5. Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.
6. Juntas arbitrales de consumo.

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

INTERNET COMO CANAL DE VENTA

1. Las relaciones comerciales a través de Internet.
2. Utilidades de los sistemas «on line».
3. Modelos de comercio a través de Internet.
4. Servidores «on line».

UNIDAD DIDÁCTICA 9.

DISEÑO COMERCIAL DE PÁGINAS WEB

1. El internauta como cliente potencial y real.
2. Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas web.
3. Tiendas virtuales.
4. Medios de pago en Internet.
5. Conflictos y reclamaciones de clientes.
6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: gestión de contenidos.

Unidad formativa 2.

Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10.

EJECUCIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

1. Fases del plan de marketing:
2. - Diseño.
3. - Implementación.
4. - Control.
5. - Mejora Continua.
6. Negociación del plan de marketing en la empresa.
7. - Formulación de la estrategia de marketing.
8. - Definición de objetivos.
9. - Modelos de organización empresarial e implantación del plan.
10. Recursos económicos para el plan de marketing.
11. - El presupuesto del plan de marketing.
12. - Cálculo de desviaciones de gastos.

UNIDAD DIDÁCTICA 11.

SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PLAN DE MARKETING

1. Técnicas de seguimiento y control de las políticas de marketing.
2. - Control del plan anual.
3. - Control de rentabilidad.
4. - Control de eficiencia.
5. - Control estratégico.
6. Ratios de control del plan de marketing.
7. - Beneficios.
8. - Rentabilidad y participación en el mercado.
9. Análisis de retorno del plan de marketing.
10. - Criterios a considerar.
11. Elaboración de informes de seguimiento.

UNIDAD DIDÁCTICA 12.

MARKETING EN EL PUNTO DE VENTA

1. Concepto de marketing en el punto de venta:
2. - Determinación de los objetivos de venta en el punto de venta.
3. - Lanzamiento de nuevos productos y otras promociones.
4. Métodos físicos y psicológicos para incentivar la venta:
5. - Análisis del consumidor en el punto de venta.
6. Análisis del punto de venta:
7. - Superficie de venta: espacio y lineales.
8. - Ubicación del producto: optimización del lineal y superficie de venta.
9. Gestión del surtido:
10. - Conceptos de surtido.
11. - Amplitud y profundidad del surtido.
12. - Planogramas.
13. Animación del punto de venta:
14. - Publicidad en el punto de venta (PLV): carteles.
15. - El escaparate.

UNIDAD DIDÁCTICA 13.

MARKETING PROMOCIONAL

1. Concepto y fines de la promoción:
2. - Instrumentos de la promoción.
3. - Objetivos de las acciones promocionales.
4. - Tipos de promociones.
5. Formas de promoción dirigidas al consumidor: 2x1, 3x2, otras.
6. Formas de promoción a distribuidores, intermediarios y establecimiento:
7. - Clases de incentivos y promociones a los distribuidores y consumidores.
8. Promociones especiales.
9. Tipos de acciones de marketing y promoción según el punto de venta.
10. Acciones de marketing directo:
11. - Posibilidades y características.
12. - Evaluación y criterios de clasificación de clientes potenciales.
13. - Legislación sobre protección de datos.
14. Acciones de promoción «on line»:
15. - Internet como canal de información y comunicación de la empresa.
16. - Herramientas de promoción «on line», sitios y estilos web para la promoción de espacios virtuales.

UNIDAD DIDÁCTICA 14.

CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACCIONES PROMOCIONALES

1. Eficacia y eficiencia de la acción promocional:
2. - Concepto de eficacia y eficiencia.
3. - Indicadores para la evaluación de la eficacia y eficiencia de las acciones de marketing y promociones.
4. Índices y ratios económico-financieros de evaluación de promociones:
5. - margen bruto.
6. - tasa de marca.
7. - stock medio.
8. - rotación de stock.
9. - rentabilidad bruta.
10. Aplicaciones para el cálculo y análisis de las desviaciones en las acciones promocionales.
11. Aplicaciones de gestión de proyectos y tareas y hojas de cálculo.
12. - Cronograma de la promoción e implantación de productos.
13. Informes de seguimiento de promociones comerciales:
14. - Resultados.
15. - Medidas correctoras de las desviaciones.

Módulo 2.

Comercio electrónico: modelo de negocio online, proceso de compra y pago, promoción web, fidelización de clientes y entorno legal

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

EL COMERCIO ELECTRÓNICO: APROXIMACIÓN

1. El Comercio Electrónico como instrumento para crear valor
2. Marketing electrónico y Comercio Electrónico. Diferencias entre los términos
3. El Comercio Electrónico: Origen y antecedentes
4. Internet y sus ventajas en la estrategia de Marketing
5. El Comercio Electrónico en datos: Informes
6. Ejercicios complementarios: Aproximación al Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

PLANIFICACIÓN PARA GENERAR INGRESOS: MODELOS DE NEGOCIO ONLINE

1. Modelos de Negocio Online: Contextualización
2. Modelos de negocio online según los participantes en las transacciones comerciales electrónicas: B2B, B2C, C2C y otras
3. Tipos de Negocio Online según Hoffman, Novak y Chatterjee: Tiendas electrónicas, presencia en internet, sitios web de contenido, email, agentes de búsqueda y control del tráfico
4. Modelos de negocio basados en internet según Michael Rappa: BroKers, Publicidad, Infomediarios, mayoristas y detallistas, canal directo del fabricante, afiliación, Comunidad, suscripción y bajo demanda
5. Basados en las redes inter-organizacionales: Informativo, Transaccional y Operacional
6. Otros modelos de negocio: subastas online, plataformas de colaboración, Comunidades virtuales y mercado de productos usados
7. Ejercicios complementarios: Planificación para generar ingresos

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

PROCESO DE COMPRA EN COMERCIO ELECTRÓNICO: FASES, CADENA DE VALOR Y BENEFICIOS

1. Fases del proceso de compra: información, argumentación, producto y dinero, e Información y soporte al consumidor
2. Carro de la compra: medidas para favorecer el proceso de compra
3. Cadena de valor en comercio electrónico: Mejoras
4. Beneficios de Internet y del Comercio Electrónico desde el punto de vista del consumidor y de la empresa
5. Ejercicios complementarios: Proceso de Compra en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

EL INTERCAMBIO DE PRODUCTOS ONLINE

1. La inmediatez en el intercambio de productos: Intercambio de productos y/o servicios a través de Internet
2. Factores que influyen en la experiencia web para que se produzca el intercambio de productos y/o servicios: usabilidad, interactividad, confianza, estética web y marketing mix
3. Criterios empresariales para la fijación de precios en internet
4. Atención al cliente antes y después de la venta en el intercambio de productos vía internet
5. Ejercicios complementarios: Intercambio de productos online

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

INTERNET COMO CANAL DE COMUNICACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO: PROMOCIÓN WEB

1. Comunicación transversal entre empresa y consumidor: Internet como canal de comunicación
2. Herramientas en Comunicación: Publicidad, Promoción, Marketing directo, Relaciones públicas y Fuerza de Ventas
3. Venta en internet: conseguir la venta y fidelización
4. Proceso de planificación publicitaria: La campaña publicitaria
5. Campañas online: SEM, SEO, promoción de ventas online, marketing directo online y redes sociales
6. Ejercicios complementarios: Internet como canal de comunicación en Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Introducción: ¿Captar al cliente o fidelizar al cliente?
2. Proceso de fidelización: claves
3. Fidelización en comercio electrónico: ventajas
4. Mantenimiento de cartera de clientes
5. Acciones a tener en cuenta para llevar a cabo la fidelización: fórmula IDIP
6. Estrategias en fidelización: Cross Selling, Up Selling y Diversificación a otros sectores
7. Nivel de fidelización de los clientes
8. Ejercicios complementarios: Fidelización de clientes en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

MEDIOS DE PAGO EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Medios de pago en las transacciones electrónicas
2. Clasificación de los medios de pago: tradicionales y puramente online
3. El medio de pago por excelencia: Las tarjetas bancarias
4. Pago contra-reembolso: Ventajas e inconvenientes
5. Transferencia bancaria directa
6. Medios de Pago puramente online: paypal, pago por teléfono móvil, tarjetas virtuales, monedas virtuales y mobipay
7. Seguridad en los pagos online: Secure Sockets Layer, Secure Electronic Transaction, 3D - Secure, Certificados digitales - Firma electrónica
8. Fraude para los consumidores online
9. Ejercicios complementarios: Medios de pago en el Comercio Electrónico

UNIDAD DIDÁCTICA 8.

NORMATIVA REGULADORA DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Principales normas de ordenación del Comercio Electrónico
2. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los Derechos Digitales
3. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI): Ley 34/2002, de 11 de julio
4. Protección de Datos en Marketing
5. Ejercicios complementarios: Normativa reguladora del Comercio Electrónico

Módulo 3.

Régimen jurídico del marketing digital

UNIDAD DIDÁCTICA 1.

EL SISTEMA DE FUENTES EN MARKETING DIGITAL

1. Consideraciones previas. Amparo constitucional
2. Las fuentes del marketing digital
3. - Ley General de Publicidad de 11 de noviembre de 1988
4. - Ley de Competencia desleal de 10 de enero de 1991
5. - Otros textos de referencia

UNIDAD DIDÁCTICA 2.

COMUNICACIONES COMERCIALES ELECTRÓNICAS

1. Las comunicaciones electrónicas en el comercio electrónico
2. - Referencia al Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD)
3. Requisitos de información para los consumidores
4. - Información de nuestra web
5. Seguridad de la información y las comunicaciones electrónicas
6. - Seguridad en Internet
7. - Firmas digitales
8. - Certificado digital
9. - La factura electrónica
10. Responsabilidad de las comunicaciones electrónicas

UNIDAD DIDÁCTICA 3.

PRIVACIDAD Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

1. Marco legal y jurídico de la seguridad de la información
2. - Normativa comunitaria sobre seguridad de la información
3. - Normas sobre gestión de la seguridad de la información: Familia de Normas ISO 27000
4. - Legislación española sobre seguridad de la información
5. Bases de datos: cloud computing
6. Direcciones de correo electrónico
7. El uso de Cookies-

UNIDAD DIDÁCTICA 4.

PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL APLICADA AL MARKETING DIGITAL

1. Propiedad intelectual y marketing digital
2. Propiedad industrial y marketing digital
3. - Las marcas y el marketing
4. Uso de contenidos de terceros. Agencias y clientes
5. - Derechos de propiedad intelectual de terceros
6. - Relación Agencia Cliente

UNIDAD DIDÁCTICA 5.

LEY DE SERVICIOS DE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Objeto de la LSSI-CE y ámbito de aplicación
2. - Objeto de la LSSI-CE
3. - Ámbito de aplicación de la LSSI-CE
4. Obligaciones y régimen de responsabilidad
5. Infracciones y sanciones
6. - Infracciones
7. - Sanciones

UNIDAD DIDÁCTICA 6.

MARKETING Y WEB 3.0

1. Acciones de marketing en la web 3.0
2. - Creación de espacios 3.0
3. - La protección de los menores en entornos 3.0
4. Publicidad en entornos 3.0
5. Concursos y sorteos online

UNIDAD DIDÁCTICA 7.

LA REPUTACIÓN ONLINE

1. Gestión de la Reputación Online
2. - Investigación y monitorización de la reputación online
3. - Prácticas de la gestión online
4. Riesgos de la reputación online. El efecto Streisand
5. - Los riesgos de la reputación online
6. - El efecto Streisand
7. Marco legal de la reputación online
8. - La imagen corporativa
9. - El derecho al olvido

www.ineaf.es



INEAF BUSINESS SCHOOL

958 050 207 · formacion@ineaf.es

