

Internet Como canal de Ventas

Duración: 56 horas.

Modalidad: online

Contenidos

- **1. Introducción al uso de Internet**
 - Introducción al uso de Internet
 - Introducción
 - Internet ¿Qué es?
 - Internet ¿Qué es? (II)
 - Relaciona Conceptos 1
 - Relaciona Conceptos 2
 - Historia y evolución
 - Fechas clave en el desarrollo de internet
 - Relaciona Conceptos 3
 - Relaciona Conceptos 4
 - Internet ¿Qué podemos hacer?
 - Relaciona Conceptos 5
 - World Wide Web
 - Http y Html
 - Principales navegadores
 - Iniciar Mozilla FireFox
 - Introducción a Internet Explorer
 - Iniciar el navegador
 - Simulación – Formas de abrir internet explorer

- Entorno de trabajo
- Simulación – Navegación
- Comenzar la navegación
- Cómo visitar un sitio web
- Simulación – Interfaz de internet explorer
- Moverse por las páginas
- Simulación – Botones de navegación y páginas recientes
- Establecer una página de inicio
- Simulación – Establecer como página de inicio
- Autopráctica – Establecer como página de inicio
- Uso de favoritos
- Simulación – Favoritos
- Autopráctica – Uso de favoritos
- Historial de navegación
- Simulación – Historial
- Relaciona Conceptos
- Buscadores
- Introducción
- Búsqueda sencilla
- Simulación – Búsqueda sencilla
- Interpretar los resultados
- Búsqueda avanzada
- Autopráctica – Uso de buscadores
- Buscar imágenes
- Simulación – Búsqueda de imágenes
- Autopráctica – Búsqueda de imágenes
- Internet como Herramienta de Trabajo

- Teletrabajo y Herramientas aplicadas al teletrabajo
- Introducción al Teletrabajo
- Qué es el Teletrabajo
- Herramientas Colaborativas
- Herramientas de Gestión y Organización del Trabajo
- Herramientas propias del Teletrabajo
- Utilidades del Correo Electrónico
- Introducción
- Relaciona Conceptos 1
- Webmail
- Enviar mensajes
- Simulación – Enviar mensajes I
- Autopráctica – Enviar mensajes de correo electrónico
- Recibir mensajes
- Simulación – Leer mensajes
- Responder y reenviar mensajes
- Simulación – Enviar mensajes II
- Adjuntar archivos a los mensajes
- Relaciona Conceptos 2
- Simulación – Adjuntar archivos
- Uso de programas cliente, outlook express
- Autopráctica – Contactos
- Características de Mensajería Instantánea
- Instalar MSN Messenger
- Registrarnos en Windows Live
- Uso de Windows Live Messenger
- Relaciona Conceptos 2

- Relaciona Conceptos 3
- Test Unidad 1
- **2. Mi sitio Web**
 - Mi sitio Web
 - Qué es un Sitio Web
 - Qué es un Servidor Web
 - Tipos de sitios web
 - FTP y FileZilla
 - Programas para publicar Webs
 - Mi primer alojamiento web gratuito
 - El panel de control de mi sitio web
 - Acceder a 100webspaces
 - Conectarse a 100webspaces desde filezilla
 - Gestión de sitios web remotos con el FTP Filezilla
 - Simulación – Instalar filezilla
 - Autopractica – Mi primera publicación
 - Autopractica – Creación de subdominio
 - Usabilidad en nuestro sitio Web
 - Usabilidad en nuestro sitio web II
 - Usabilidad: estructura del site
 - Usabilidad: elementos de navegación
 - Usabilidad: tamaño y formato de las páginas web
 - Usabilidad: enlaces del sitio web
 - Usabilidad: navegadores y tipografías
 - Usabilidad: tipografías
 - Usabilidad: gráficos e imágenes
 - Test unidad 2
- **3. Comercio Electrónico: Ventajas, Eficiencia y Eficacia**

- Comercio Electrónico: Ventajas, Eficiencia y Eficacia
- ¿Para qué necesita nuestra empresa estar en Internet?
- La web de empresas de ámbito local (Clientela local)
- La web de la empresa industrial
- Soluciones de Comercio Electrónico
- Objetivos del Marketing On Line
- Herramientas Eficaces
- Claves de Éxito en Internet
- Medir y Analizar Resultados
- Autopráctica: Medir Resultados. Google Analytics
- Sistemas ERP, CRM y SCM para la Rentabilidad de la Empresa
- Herramientas de Análisis
- Test Unidad 3
- **4. Comercio Electrónico: Modelos y Relaciones Comerciales**
 - Comercio Electrónico: Modelos y Relaciones Comerciales
 - Comercio electrónico B2B
 - B2B: Conceptos Básicos
 - Ventajas de las relaciones comerciales B2B
 - Utilidad del B2B para las empresas
 - Características que debe tener una plataforma B2B
 - Control de los gastos corporativos con el B2B
 - Tipos de mercados B2B
 - Medios de pago en el B2B
 - Adaptación al B2B de una empresa tradicional
 - ¿De qué alternativas dispongo para desarrollar el B2B?
 - Tablón de anuncios
 - Catálogo

- Mercado
- Subasta
- Cómo diferenciarse de la competencia en el B2B
- Principales desafíos de la puesta en marcha de un modelo B2B
- Cómo evaluar el éxito de una iniciativas B2B
- Ingresos de una plataforma B2B
- Plataformas B2B según la naturaleza de las compañías
- Plataformas B2B según el poder negociador en la cadena de valor
- Plataformas B2B horizontales o verticales
- Cómo atraer a una masa crítica a una plataforma B2B
- El B2B y las PYMES
- Análisis de la situación de las Pymes frente al B2B
- Costes para la pyme de transformación al B2B
- Costes para la pyme de transformación al B2B (II)
- Nodos B2B
- Conclusiones para la PYME
- Relaciones Comerciales: B2B
- Introducción a B2C
- Relaciones Comerciales: B2C
- Introducción al B2A
- Relaciones Comerciales: B2A
- Tipos de Precios
- Test Unidad 4
- **5. Actividad Rodolfo Carpintier**
 - Actividad Rodolfo Carpintier
 - Conclusión