

Venta online

DESCRIPCIÓN

Los objetivos de este curso son:

- Utilizar técnicas de venta adecuadas para la comercialización de productos y servicios en internet.
- Conocer a nivel usuario las utilidades de páginas web, servidores y software para ventas.
- Criterios en la atención al cliente y cómo hacer el seguimiento de los pedidos.

DIRIGIDO A

El curso está dirigido a alumnos interesados en la temática, y permitirá al usuario adquirir los conocimientos y destrezas necesarias para desempeñar funciones relacionadas con la materia.

REQUISITOS ESPECIALES DE ACCESO Y OBTENCIÓN DEL TÍTULO

Requisitos de acceso:

- No se establecen requisitos de acceso previos

Requisitos para obtener la titulación:

- Lectura / Estudio del material didáctico completo
- Visionado de los videos formativos
- Completar el 100% de las autoevaluaciones
- Superar el examen final con nota superior al 60%

FICHA DEL CURSO



Modalidad Elearning
Duración: 30 h



Titulación Otorgada
Venta Online



Título emitido por



PREVENSYSTEM

**Modalidad Elearning**

Duración: 30 h

**Titulación Otorgada**

Venta Online

**Título emitido por****UD1: Internet como canal de venta**

1.1. Las relaciones comerciales a través de internet

1.1.1. B2b

1.1.2. B2c

1.1.3. B2a

1.2. Utilidades de los sistemas online

1.2.1. Navegadores: uso de los principales navegadores

1.2.2. Correo electrónico

1.2.3. Mensajería instantánea

1.2.4. Teletrabajo

1.2.5. Listas de distribución y otras utilidades

1.3. Modelos de comercio a través de internet

1.3.1. Ventajas

1.3.2. Tipos

1.3.3. Eficiencia y eficacia

1.4. Servidores online

1.4.1. Servidores gratuitos

1.4.2. Coste y rentabilidad de la comercialización online

UD 2: Diseño comercial de páginas web

2.1. El internauta como cliente potencial y real

2.1.1. Perfil del internauta

2.1.2. Comportamiento del cliente internauta

2.1.3. Marketing viral: aplicaciones y buenas conductas

2.2. Criterios comerciales en el diseño de páginas web

2.2.1. Partes y elementos del diseño de páginas web

2.2.2. Criterios comerciales en el diseño de páginas web

2.2.3. Usabilidad de la página web

2.3. Tiendas virtuales

2.3.1. Tipología de tiendas virtuales

2.3.2. El escaparate virtual

2.3.3. Visitas guiadas

2.3.4. Acciones promocionales y banners

2.4. Medios de pago en internet

2.4.1. Seguridad y confidencialidad

2.4.2. TPV virtual

2.4.3. Transferencias

2.4.4. Cobros contra reembolso

2.5. Conflictos y reclamaciones de clientes

2.5.1. Gestión online de reclamaciones

2.5.2. Garantías de la comercialización online

2.5.3. Buenas prácticas en la comercialización online

2.6. Aplicaciones a nivel usuario para el diseño de páginas web comerciales: Gestión de contenidos