Paraninfo

Comercio electrónico

Editorial: Paraninfo
Autor: JOSE FULGENCIO MARTÍNEZ VALVERDE, FERNANDO ROJAS RUIZ
Clasificación: Ciclos Formativos > Comercio y Marketing
Tamaño: 21 x 27 cm.
Páginas: 216
ISBN 13: 9788428334914
ISBN 10: 8428334919
Precio sin IVA: $ 640.00 Mxn
Precio con IVA: $ 640.00 Mxn
Fecha publicacion: 15/06/2016

Sinopsis

Este libro desarrolla los contenidos del módulo profesional de Comercio Electrónico del Ciclo Formativo de grado medio de Actividades Comerciales, perteneciente a la familia profesional de Comercio y Marketing, según lo establecido por el Real Decreto 1688/2011, de 18 de noviembre, de enseñanzas mínimas de dicho título.

La materia se ha distribuido en siete unidades:

• Unidad 1. El papel del marketing ante el nuevo contexto social y tecnológico.

• Unidad 2. Elementos distintivos y aplicabilidad del marketing digital.

• Unidad 3. El comercio electrónico: realización de acciones de compraventa *online.*

• Unidad 4. Organización y programación de un sitio web.

• Unidad 5. Alojamiento y mantenimiento de un sitio web.

• Unidad 6. Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red.

• Unidad 7. La evolución de internet: web 2.0.

El objetivo de este manual es exponer, a través de un lenguaje directo, claro y altamente pedagógico gracias a la multitud de ejemplos, exposiciones prácticas y actividades que incluye, los elementos esenciales sobre los que gravita el comercio electrónico, máximo exponente de la integración actual de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito empresarial, tanto en su vertiente más comercial como en la de todos aquellos aspectos relacionados con la aplicación de las distintas políticas de marketing en un entorno digital.

Asimismo, a lo largo de la obra se ofrece toda la información necesaria para llevar a cabo la concepción, el diseño y el desarrollo de un sitio web, además de mostrarse cada uno de los pasos para proceder a su alojamiento en la red y su mantenimiento, siempre con el empleo de un enfoque plenamente didáctico y accesible.

Cabe destacar que se trata de una obra con contenidos totalmente revisados y actualizados, que incluye las últimas novedades tanto en relación con los contenidos formativos establecidos en la normativa como en la incorporación de todos aquellos avances e innovaciones que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a esta disciplina.
Por último, las unidades incluyen numerosas figuras que apoyan las explicaciones, así como actividades propuestas y actividades resueltas que permiten ir fijando los conceptos aprendidos, cuadros de argot técnico, notas técnicas y cuadros de información importante. Además, estas ofrecen mapas conceptuales finales, que facilitan el repaso de los conceptos clave y actividades finales de comprobación, de aplicación y de ampliación, junto con interesantes enlaces web para profundizar en los contenidos de cada unidad.

Jose Fulgencio Martínez Valverde, diplomado en Ciencias Empresariales y licenciado en Investigación y Técnicas de Mercado por la Universidad de Granada, comenzó su trayectoria profesional como colaborador técnico del Grupo de Investigación ADEMAR, del Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de dicha universidad. Ha desarrollado su trabajo en el ámbito de la consultoría estratégica en Madrid, el País Vasco y Andalucía. Actualmente está especializado en el ámbito del marketing *online* y las redes sociales dentro del sector privado, donde aporta su experiencia para el diseño y la implementación de estrategias relacionadas con el marketing de contenidos. **Fernando Rojas Ruiz,** doctor por la Universidad de Granada e ingeniero en Informática, es profesor titular de universidad adscrito al Departamento de Arquitectura y Tecnología de Computadores de la Universidad de Granada. Es docente universitario en los grados en Informática y en Ingeniería de Tecnologías de Telecomunicación, y en el Máster Universitario Oficial en Ciencia de Datos e Ingeniería de Computadores. Sus líneas de investigación se centran en el procesamiento de señal, la inteligencia artificial y la bioinformática.

Indice

1. El papel del marketing ante el nuevo contexto social y tecnológico; **2.** Elementos distintivos y aplicabilidad del marketing digital; **3.** El comercio electrónico: realización de acciones de compraventa *online*; **4.** Organización y programación de un sitio web; **5.** Alojamiento y mantenimiento de un sitio web; **6.** Establecimiento de relaciones con otros usuarios de la red; **7.** La evolución de internet: web 2.0.

Ediciones Paraninfo S.A. Calle Velázquez no. 31, 3º. Derecha, 28001 Madrid (España)
Tel. (+34) 914 463 350 Fax (34) 91 445 62 18
 www.paraninfo.es