



# Mobile Commerce

## Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

## Objetivos:

- Saber qué es un sistema operativo y las diferencias entre iOS y Android.
- Saber distinguir entre el comercio electrónico directo e indirecto.
- Tener conocimiento de los distintos modelos de negocio del E-Commerce.
- Tener constancia de los beneficios que aporta el E-Procurement.
- Tener constancia de los distintos tipos de publicidad móvil.
- Conocer cómo funciona el marketing mobile.
- Saber cómo llevar a cabo una publicidad eficaz.
- Tener conocimiento de herramientas que posibilitan la publicidad.
- Conocer los factores que facilitan al cliente el Mobile Commerce.
- Conocer la situación actual de las herramientas que permiten el Mobile Commerce.
- Saber tomar decisiones de negocio en función de los datos obtenidos a través de la analítica web.

## Contenidos:

### UD1. Dispositivos móviles y sistemas operativos

1. Evolución de la telefonía móvil
2. Dispositivos móviles
3. Sistemas operativos

### UD2. El E-Commerce

1. Introducción al E-Commerce
2. Tipos de comercio electrónico
3. Principales ventajas del comercio electrónico
4. Modelos de negocio del E-Commerce
5. E-Procurement





## UD3. El impacto del móvil en la sociedad

1. Qué es el Mobile Marketing
  - 1.1. Situación Actual
2. Mobile Marketing
3. Publicidad móvil
4. Integración móvil en la vida diaria
  - 4.1. Cambios de comportamiento en la sociedad
  - 4.2. Uso del Smartphone
  - 4.3. Uso de las apps
5. Los medios sociales en los móviles

## UD4. Mobile Marketing

1. Mensajería
  - 1.1. Sms
  - 1.2. WhatsApp
2. Contenidos
  - 2.1. Advergaming
  - 2.2. Vídeo
  - 2.3. Aplicaciones móviles
3. Mobile Advertising
  - 1.1. Publicidad Search
  - 1.2. Publicidad en Display
  - 1.3. E-mail marketing
4. Medios Sociales
5. Interacción On-Off
  - 5.1. Códigos QR
  - 5.2. Geolocalización

## UD5. APPs y compras por movil

1. Salto a Mobile Commerce
2. Adaptación al comercio móvil
3. Apps de terceros
4. Nuevas tendencias en Mobile Commerce
5. Pago móvil
6. Analítica web
  - 6.1. Medición de las visitas
  - 6.2. Google Analytics

