

1ª PRACTICA I.S.C.

El objetivo de la práctica es la realización de una acción de comunicación vía internet de la Empresa con su entorno comercial, cuyo objetivo fundamental podría resumirse en dos ideas básicas:

- a) Coordinar una serie de conocimientos en torno a la empresa: Imagen corporativa, sus productos, servicios, etc...
- b) Canalizar vía Internet dichos conocimientos en potenciales compras.

DESARROLLO:

- 1.- Informe en relación a las características de la empresa que cada grupo desee adoptar (libre elección):
 - Nombre comercial; Investigación de dicho nombre como dominio; Procedimiento y coste para patentarlo; Procedimiento y coste para registrar el dominio.
 - Relación de productos/servicios que la empresa comercializará (mínimo de 20).
 - Público objetivo al que van destinados dichos productos/servicios
 - Canales de venta (físicos y virtuales) que se considerarían oportunos para proceder a su venta.
 - Precios de productos; Estudio de Costes de productos, Distribución, etc.; Márgenes de beneficio...
- 2.- Desarrollo de una página Web (de al menos 5 páginas enlazadas) que aporte:
 - 2.1. Información corporativa de la empresa.
 - 2.2. Catálogo de productos/servicios en venta (o no)
 - 2.3. Toda aquella información de interés que considere deba incluir su página Web.
 - 2.4. Procedimientos de difusión para dar a conocer su página Web.; Valor añadido que aporta conectarse a su página Web; Procedimiento para situarla en Buscadores (Yahoo, Altavista, Ole, etc...)
 - 2.5. Coste de colocación y mantenimiento en un servidor (o desarrollo de uno propio)
 - 2.6. Procedimiento de contratación y funcionamiento y coste de una solución de pago bancaria.
- 3.- Informe en relación a la Comunicación comercial ligadas al producto o marca.
 - Propaganda de apoyo a la página Web desarrollada que considera oportuna (Banners, prensa,)

ELEMENTOS PARA LA VALORACIÓN:

- 1.- Creatividad comercial.
 - 1.1. Capacidad de captación del interés por parte del usuario.
 - 1.2. Capacidad de fidelizar clientes
- 2.- Realidad del proyecto:
 - 2.1. Relación de una estimación de costes real de la publicación de una página Web. así como de los costes necesarios para dar a conocer dicha página.
 - 2.2. Procedimiento real para efectuar una «venta segura» por Internet.
- 3.- Desarrollo de la página Web.
- 4.- Aplicación de técnicas que permitan la identificación y seguimiento del cliente así como el desarrollo de futuras prácticas comerciales de personalización.