



PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA
NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO
COMT027PO

PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS

**PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD
FORMATIVA:
NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO**

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

1. Familia Profesional COMERCIO Y MARKETING

Área Profesional: COMPRAVENTA

2. Denominación: NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO

3. Código: **COMT027PO**

4. Objetivo General: Identificar los aspectos necesarios para la creación, desarrollo y gestión de negocios online: la creación de un posicionamiento, el desarrollo de contenidos, creación de las ofertas y servicios, la integración con el negocio tradicional, así como dominar los aspectos más operativos y fundamentales de dinamización.

5. Modalidad: Teleformación.

6. Contenidos formativos:

1. CÓMO PLANIFICAR Y DESARROLLAR UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1.1. Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias.

1.2. Modelos de negocio de comercio electrónico.

1.3. DAFO Comercio electrónico Español.

1.4. Segmentación de e-consumidor: Perfiles, análisis cluster, valoración económica y análisis de la demanda.

1.5. Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo.

1.6. Factores Críticos de Éxito en el comercio electrónico.

1.7. Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta.

1.8. Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio.

1.9. Cuadro de mando integral en negocios on line.

2. PUESTA EN MARCHA: ¿CÓMO CREAR O ADAPTAR UN NEGOCIO ON LINE (I): BACK END

2.1. Estructura tecnología: modelo de tres capas.

2.2. Diseño del work-flow e integración de sistemas.

2.3. La importancia de la palabra facturación y cobro.

2.4. Servicio de atención al cliente: CRM, contact center, marketing inverso, servicio post venta.

2.5. Tracking.

2.6. Caso Real: ya.com.

3. PUESTA EN MARCHA: ¿CÓMO CONSTRUIR UNA WEBSITE DE ÉXITO EN COMERCIO ELECTRÓNICO? (II): FRONT END.

3.1. Catálogo y =Contenidos:= verificación, procesado, herramienta de catálogo.

3.2. Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end.

3.3. Flujos de caja y financiación.

3.4. Zonas calientes.

3.5. Zona de usuario.

3.6. Carrito de la compra.

4. ASPECTOS JURIDICOS EN EL COMERCIO ELECTRONICO

- 4.1. LOPD.
- 4.2. Impuestos indirectos.
- 4.3. LSSI.

5. FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE COMERCIO ELECTRONICO

- 5.1. Idea de una idea.
- 5.2. Business plan y plan comercial.
- 5.3. Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismo.
- 5.4. Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles?
- 5.5. Puesta en marcha y reporting de resultados.
- 5.6. Venta de contenidos de pago.
- 5.6. Productos digitales: Como se venden.
- 5.7. De lo gratuito al pago por visualización.
- 5.8. Descarga, real media, tv internet, Secondlife.... ¿Web 3.0 como solución?

6. ACCIONES DE CAPTACIÓN ENFOCADA A COMERCIO ELECTRONICO

- 6.1. Política de captación: ¿solo branding?
- 6.2. Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online.
- 6.3. Herramientas más eficaces: email mk, SEM, SEO, afiliación, campañas en sites afines...

7. FIDELIZACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO: CÓMO INCREMENTAR LAS VENTAS DE CLIENTES

- 7.1. Creación de programas de fidelización eficaces.
- 7.2. Programas de éxito on line.
- 7.3. Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?
- 7.3. Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos.. ¿Cuál es más eficaz?

8. COMO REALIZAR COMERCIO ELECTRONICO INTERNACIONAL

- 8.1. Características del cliente por países: ¿Dónde vendemos más?
- 8.2. ¿Qué vendemos?
- 8.3. Medios de pago internacionales.
- 8.4. Legislación por países: Impuestos directos e indirectos aplicables.
- 8.5. Procesos de reclamación y atención al cliente internacional.
- 8.6. Exportación de productos.
- 8.7. Distribución internacional.

9. CÓMO GESTIONAR LA LOGÍSTICA Y FULFILLMENT EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

- 9.1. Importancia de la logística en el comercio electrónico.
- 9.2. El transporte urgente aplicado al comercio electrónico.
- 9.3. Gestión de los datos.
- 9.4. Gestión con proveedores y sala de producción.
- 9.5. Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa.
- 9.6. Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos.
- 9.7. Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales.
- 9.8. Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico.
- 9.9. La logística aplicada al comercio electrónico.
- 9.10. Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido.
- 9.11. Información de seguimiento vía Internet.

10. SEGURIDAD EN LOS MEDIOS DE PAGO ON LINE

- 10.1. Sistemas de pago no integrados.
- 10.2. Sistemas de pago integrados – pasarela de pagos.

10.3. Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio.

10.4. 3D Secure.

10.5. Internet Mobile Payment.

10.6. Modelos de negocio de los diferentes actores.

10.7. Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil.

11. COMERCIO ELECTRÓNICO EN UN ENTORNO B2B

11.1. Modelos de negocio de los e-marketplaces.

11.2. Agregadores horizontales / verticales.

11.3. De catálogos a e-catálogos.

11.4. Conflicto de canales.