



(COMT027PO) NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO.

SKU: PIT038

OBJETIVOS

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.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

Unidad 1: Cómo planificar y desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico.

- Análisis estratégico del comercio electrónico:
Antecedentes, evolución y tendencias.

o Antecedentes.

o Evolución.

- Modelos de negocio de comercio electrónico.
- DAFO Comercio electrónico español.
- Segmentación de e-consumidor: Perfiles, análisis cluster, valoración económica y análisis de la demanda.

o Perfil del consumidor.

o Análisis cluster.

- Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización

- o investigación y desarrollo.
- o Desarrollo de producto.
- o Desarrollo de mercado.
 - Factores críticos de éxito en el comercio electrónico.
 - Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta.
- o El posicionamiento.
- o Análisis de la oferta.
 - Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio.
- o Variables del Marketing-Mix: Las 4P.
- o Enfoque del Marketing-Mix.
 - Cuadro de mando integral en negocios online.
- o Aspectos claves de un cuadro de mando.
- o Ejemplos de Cuadros de mando para e-commerce.
- o KPI indicados para e-commerce.

Examen UA 01

Actividad de evaluación UA 01

Unidad 2: Puesta en marcha: ¿Cómo crear o adaptar un negocio online? (I): Back end.

- Estructura de la tecnología: Modelo de tres capas.
- Diseño del Workflow e integración de sistemas.
- La importancia de la facturación y cobro.
- Servicio de atención al cliente: CRM, contact center, marketing inverso, servicio postventa.
- o CRM.
- o Contact Center.
- o Marketing inverso.
- o Servicio postventa.
 - Tracking.

- Caso real: Ya.com.

Examen UA 02

Unidad 3: Puesta en marcha: ¿Cómo construir un sitio web de éxito en comercio electrónico? (II): Back end.

- Catálogo y contenidos: Verificación, procesado, herramienta de catálogo.
- Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de Front End

o Usabilidad significa ponérselo fácil a los clientes.

o Accesibilidad: nuestra web para todos.

o Cómo generar confianza.

- Flujos de caja y financiación.

o Medios de pago y procesos de cobro.

- Zonas calientes.
- Zona de usuario.
- Carrito de la compra.

Examen UA 03

Actividad de evaluación UA 03.

Unidad 4: Aspectos jurídicos en el comercio electrónico.

- LOPD.

o Tratamiento de datos personales en la LOPD.

o Tratamiento de datos personales en el RGPD.

o Principales diferencias entre la LOPD y el RGPD.

- Impuestos indirectos.
- LSSI.

Examen UA 04

Actividad de evaluación UA 04

Unidad 5: Financiación de proyectos de comercio electrónico.

- Idea de una idea.

- Business plan y plan comercial.
- o Crear un plan de negocio.
- o Diferencias entre un plan de negocio y un plan comercial.
 - Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismos.
- o Constitución de reservas.
- o Aportaciones de socios/partícipes.
- o Financiación de amigos y familiares.
 - Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles?
- o Tipos y fuentes de financiación ajena.
- o Cómo convencer a un inversor.
 - Puesta en marcha e informe (reporting) de resultados.
- o Pautas para poner en marcha un e-commerce.
- o Reporting como sistema de información.
 - Venta de contenidos de pago.
 - Productos digitales: Cómo se venden.
 - De lo gratuito al pago por visualización.
 - Descarga, real media, TV Internet, Second Life... ¿web 3.0 como solución?

Examen UA 05

Unidad 6: Acciones de captación enfocada a comercio electrónico.

- Política de captación: ¿Solo branding?
- o Branding.
 - Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online.
 - Herramientas más eficaces: email marketing, SEM, SEO, afiliación, campañas en sitios afines, etc. o Email marketing.
- o SEM.

o SEO.

o Afiliación.

o Campañas en sitios afines: Remarketing.

Examen UA 06

Actividad de evaluación UA 06

Unidad 7: Fidelización en comercio electrónico: cómo incrementar las ventas de clientes.

- Creación de programas de fidelización eficaces.

o Las claves para fidelizar clientes. o Programas de fidelización.

- Programas de éxito online.
- Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?
- Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos... ¿Cuál es más eficaz?

Examen UA 07

Unidad 8: Cómo realizar comercio electrónico internacional.

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

Examen UA 08

Actividad de evaluación UA 08

Unidad 9: Cómo gestionar la logística y el fulfillment en el comercio electrónico.

- Importancia de la logística en el comercio electrónico.
- El transporte urgente aplicado al comercio electrónico.
- Gestión de los datos.
- Gestión con proveedores y sala de producción.
- Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y

logística inversa.

o Aprovisionamiento.

o Almacenamiento.

o Logística de envío.

- Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos.
- Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales.

o Tipología de los artículos.

o Ámbito geográfico.

o Tipo de entrega.

- Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico.
- La logística aplicada al comercio electrónico.
- Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido.
- Información de seguimiento vía Internet.

Examen UA 09

Unidad 10: Seguridad en los medios de pago online.

- Sistemas de pago no integrados.
- Sistemas de pago integrados. Pasarela de pagos.
- Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio.

o La banda magnética.

o Tarjetas inteligentes.

o Tarjetas multiservicio.

- 3D Secure.
- Internet Mobile Payment.
- Modelos de negocio de los diferentes actores.
- Workflow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil.

Examen UA 10

Unidad 11: Comercio electrónico en un entorno B2B.

- Modelo de negocio de los e-marketplaces.
- Agregadores horizontales/verticales.
- De catálogos a e-catálogos.
- Conflicto de canales.

Examen UA 11

Examen final COMT027PO