



PROGRAMA FORMATIVO

COMT027PO NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO

- **Modalidad: teleformación**
- **Duración: 80 horas**
- **Contenidos:**

UNIDAD DIDÁCTICA 1: CÓMO PLANIFICAR Y DESARROLLAR UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias.
2. Modelos de negocio de comercio electrónico.
3. DAFO Comercio electrónico español.
4. Segmentación de e-consumidor: Perfiles, análisis cluster, valoración económica y análisis de la demanda.
5. Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo.
6. Factores Críticos de Éxito en el comercio electrónico.
7. Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta.
8. Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio.
9. Cuadro de mando integral en negocios on line.

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

1. Estructura tecnología: modelo de tres capas.
 2. Diseño del work-flow e integración de sistemas.
 3. La importancia de la palabra facturación y cobro.
 4. Servicio de atención al cliente: CRM, contact center, marketing inverso, servicio post venta.
 5. Tracking.
-



PROGRAMA FORMATIVO

6. Caso Real: ya.com.

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

1. Catalogo y =Contenidos: = verificación, procesado, herramienta de catálogo.
2. Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end.
3. Flujos de caja y financiación.
4. Zonas calientes.
5. Zona de usuario.
6. Carrito de la compra.

UNIDAD DIDÁCTICA 4: ASPECTOS JURIDICOS EN EL COMERCIO ELECTRONICO

1. LOPD.
2. Impuestos indirectos.
3. LSSI.

UNIDAD DIDÁCTICA 5: FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Idea de una idea.
 2. Business plan y plan comercial.
 3. Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismo.
 4. Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles?
 5. Puesta en marcha y reporting de resultados.
 6. Venta de contenidos de pago.
 7. Productos digitales: Como se venden.
 8. De lo gratuito al pago por visualización.
 9. Descarga, real media, tv internet, Secondlife... ¿Web 3.0 como solución?
-



PROGRAMA FORMATIVO

UNIDAD DIDÁCTICA 6: ACCIONES DE CAPTACIÓN ENFOCADA A COMERCIO ELECTRONICO

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

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

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

UNIDAD DIDÁCTICA 8: CÓMO REALIZAR COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL

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

UNIDAD DIDÁCTICA 9: CÓMO GESTIONAR LA LOGÍSTICA Y FULFILLMENT EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

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



PROGRAMA FORMATIVO

6. Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos.
7. Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales.
8. Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico.
9. La logística aplicada al comercio electrónico.
10. Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido.
11. Información de seguimiento vía Internet.

UNIDAD DIDÁCTICA 10: SEGURIDAD EN LOS MEDIOS DE PAGO ON LINE

1. Sistemas de pago no integrados.
2. Sistemas de pago integrados – pasarela de pagos.
3. Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio.
4. 3D Secure.
5. Internet Mobile Payment.
6. Modelos de negocio de los diferentes actores.
7. Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil.

UNIDAD DIDÁCTICA 11: COMERCIO ELECTRÓNICO EN UN ENTORNO B2B

1. Modelos de negocio de los e-marketplaces.
 2. Agregadores horizontales / verticales.
 3. De catálogos a e-catálogos.
 4. Conflicto de canales.
-