

GUÍA DIDÁCTICA

COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO



COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO

DATOS GENERALES DE LA ACCIÓN FORMATIVA

FAMILIA PROFESIONAL

Comercio y marketing

ÁREA PROFESIONAL

Compraventa

CÓDIGO

COMT027PO

DURACIÓN

80 horas

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.

Índice de contenidos

01 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 online

COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Índice de contenidos

02

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

Índice de contenidos

03

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-en

3.3 Flujos de caja y financiación

3.4 Zonas calientes

3.5 Zona de usuario

3.6 Carrito de la compra

COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Índice de contenidos

04

ASPECTOS JURÍDICOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

4.1 LOPD

4.2 Impuestos indirectos

4.3 LSSI

Índice de contenidos

05

FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO

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 Productos digitales: Cómo se venden. De lo gratuito al pago por visualización

5.7 Venta de contenidos de pago

5.8 Descarga, real media, tv internet, Secondlife. ¿Web 3.0 como solución?

COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Índice de contenidos

06

ACCIONES DE CAPTACIÓN ENFOCADA A
COMERCIO ELECTRÓNICO

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***

COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Índice de contenidos

07

FIDELIZACIÓN EN COMERCIO ELECTRÓNICO:
CÓMO INCREMENTAR LAS VENTAS DE CLIENTES

7.1 Creación de programas de fidelización eficaces

7.2 Programas de éxito online

7.3 Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?

7.4 Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos ¿Cuál es más eficaz?

COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Índice de contenidos

08

CÓMO REALIZAR COMERCIO ELECTRÓNICO 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

Índice de contenidos

09

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

Índice de contenidos

10

SEGURIDAD EN LOS MEDIOS DE PAGO *ONLINE*

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

COMT027PO

NEGOCIOS *ONLINE* Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Índice de contenidos

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

