



FORMACIÓN PROGRAMADA PARA EMPRESAS

**Curso de
(COMT027PO)
Negocios online y
comercio
electrónico**

Programa Formativo

FORMACIÓN PROGRAMADA PARA EMPRESAS



Curso de (COMT027PO) Negocios online y comercio electrónico

**Familia
profesional**

Comercio y marketing

Horas

80 horas

Modalidad

Online

Descripción del curso de (COMT027PO) Negocios online y comercio electrónico

Objetivos del curso

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..

Programa formativo

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.

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.

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.

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.

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?

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

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?

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.

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.

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.

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.



**Más formación
Mejores emplead@s
Mayores resultados**

Ventajas de la formación continua bonificada

01 MEJORES RESULTADOS

Incremento de los resultados económicos de la empresa fruto de la mejora y el reciclaje profesional de sus empleados.

02 PRODUCTIVIDAD

Aumenta la productividad de sus empleados.

03 SIN COSTES

Formación de calidad sin coste para la empresa ni para el trabajador.

04 CLIMA LABORAL

Mejora el clima laboral al sentirse los empleados mejor valorados por la empresa.

05 COMPROMISO

Mejora la imagen de la empresa y aumenta la motivación y el compromiso de los empleados.



Características de nuestros cursos online

APOYO CONTINUO

Formación impartida por expertos en la materia y seguimiento y apoyo continuo.

CAMPUS VIRTUAL

Permite al alumnado conectarse sin limitaciones horarias ni lugar de impartición.

CONTENIDOS INTERACTIVOS

Diseñados para conseguir un avance progresivo y motivante para el alumnado.



· Más formación, mejor empleo ·

952 10 14 94 · info@audiolis.com · www.audiolis.com