

# NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO

## Modalidad:

e-learning con una duración 56 horas

## Objetivos:

Desenvolverse dentro del Sector y 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.

## Contenidos:

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

Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias

Modelos de negocio de comercio electrónico

DAFO Comercio electrónico Español

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

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

Factores Críticos de Éxito en el comercio electrónico

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

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

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

Estructura tecnología: modelo de tres capas



Diseño del work-flow e integración de sistemas  
La importancia de la palabra facturación y cobro  
Servicio de atención al cliente: CRM, contact center, marketing inverso, servicio post venta  
Tracking  
Caso Real: ya.com

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

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 4. ASPECTOS JURIDICOS EN EL COMERCIO ELECTRONICO

LOPD  
Impuestos indirectos  
LSSI

### UNIDAD DIDÁCTICA 5. FINANCIACIÓN DE PROYECTOS DE COMERCIO ELECTRONICO

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

### UNIDAD DIDÁCTICA 6. ACCIONES DE CAPTACIÓN ENFOCADA A COMERCIO ELECTRONICO

Política de captación: ¿solo branding?  
Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online



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

Creación de programas de fidelización eficaces

Programas de éxito on line

Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?

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

## UNIDAD DIDÁCTICA 8. COMO REALIZAR COMERCIO ELECTRONICO 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 DIDÁCTICA 9. CÓMO GESTIONAR LA LOGÍSTICA Y 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

Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos

Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales

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 DIDÁCTICA 10. SEGURIDAD EN LOS MEDIOS DE PAGO ON LINE

Sistemas de pago no integrados

Sistemas de pago integrados - pasarela de pagos



---

Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio  
3D Secure  
Internet Mobile Payment  
Modelos de negocio de los diferentes actores  
Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil

## UNIDAD DIDÁCTICA 11. COMERCIO ELECTRÓNICO EN UN ENTORNO B2B

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