

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