

# Guía didáctica

COMT066PO. Comercio en internet.

Optimización de recursos

## INTRODUCCIÓN

El comercio en Internet ha redefinido por completo la manera en que las empresas operan y se relacionan con sus clientes. En un mundo cada vez más digitalizado, la optimización de recursos se convierte en una piedra angular para el éxito empresarial. Este curso sobre "Comercio en Internet: Optimización de Recursos" se sumerge en las estrategias clave para minimizar costos, ampliar la base de clientes, aprovechar las redes sociales y desarrollar un comercio electrónico efectivo.

A lo largo de cuatro unidades temáticas, exploraremos a fondo cómo las empresas pueden adaptarse a la era digital. Desde la integración de la Web 2.0 hasta el impacto del marketing digital y la gestión de la presencia en redes sociales, este curso ofrece un enfoque práctico y estratégico para aquellos que buscan capitalizar las oportunidades en línea. Prepárate para descubrir cómo maximizar la eficiencia operativa y establecer una presencia sólida en el mercado digital en constante evolución.

## OBJETIVO GENERAL

Analizar en qué forma el uso de internet puede ayudarnos a mejorar los resultados empresariales, aprendiendo a utilizar las herramientas que permitan minimizar costes y aumentar los ingresos y clientes. Utilizar las técnicas básicas de presencia en redes sociales y generar ingresos con el comercio electrónico.

**CONTENIDO FORMATIVO**

COMT066PO	Comercio en internet. Optimización de recursos	90 horas
<b>UA1</b>	<p><b>Minimizar costes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web 2.0 + mundo online.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Los principios de la Web 2.0</li> <li>□ La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance.</li> <li>□ "Digitalizando" una empresa: un mundo integrado, no paralelo.</li> <li>□ Ahorra en tiempo.</li> </ul> </li> <li>• La red como fuente de información                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ La red como fuente de información.</li> <li>□ Localizar partners, colaboradores y proveedores.</li> <li>□ Evitar esperas: administración electrónica.</li> <li>□ Banca electrónica: gestiones habituales.</li> </ul> </li> <li>• No pagar o pagar menos. (Dentro de la legalidad)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ En los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.</li> <li>□ En las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, whatsapp...</li> <li>□ Otras ideas.</li> </ul> </li> <li>• Clientes contentos, menos reclamaciones.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Atención al cliente on-line: eMail, chat.</li> <li>□ Los foros y su empleo como herramienta de asistencia.</li> <li>□ Quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta.</li> </ul> </li> </ul>	20,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	5
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>26</b>

COMT066PO	Comercio en internet. Optimización de recursos	90 horas
UA2	<p><b>Aumentar los posibles clientes (marketing 2.0)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Crear una página? No siempre...                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Un paso previo: darnos a conocer con coste mínimo: plataformas y directorios comerciales.</li> <li>□ ¿Crear una página?</li> </ul> </li> <li>• Trasladar lo "tradicional" a Internet.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Performance marketing (coste según resultados).</li> <li>□ Display (Publicidad gráfica en la red).</li> <li>□ Email Marketing.</li> <li>□ Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).</li> <li>□ Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).</li> <li>□ Analizar, analizar y comprobar.</li> </ul> </li> <li>• Pensar "para" la red.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Producto + precio + plaza+ promoción.</li> <li>□ Contenido + contexto + conexión + comunidad.</li> </ul> </li> <li>• Herramientas sí...pero no todas para todo.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>□ eProduct marketing.</li> <li>□ eResearch.</li> <li>□ ePricing.</li> <li>□ ePromotion.</li> <li>□ eAudit.</li> <li>□ eCommerce.</li> <li>□ eAdvertising.</li> <li>□ eBranding.</li> <li>□ Trade eMarketing.</li> <li>□ eCommunication.</li> </ul> </li> </ul>	16,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	Actividad de evaluación	6
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>23</b>

COMT066PO	Comercio en internet. Optimización de recursos	90 horas
<b>UA3</b>	<b>Presencia en las redes sociales</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que hablen de nosotros                             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Del Plan de marketing al Social media Plan.</li> <li><input type="checkbox"/> Cómo difundir una idea en la web.</li> <li><input type="checkbox"/> Blogs y microblogs (eventos para bloggers).</li> <li><input type="checkbox"/> Marketing viral.</li> <li><input type="checkbox"/> Redes sociales.</li> <li><input type="checkbox"/> Formatos publicitarios en redes sociales.</li> </ul> </li> <li>• Que hablen bien de nosotros                             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> ¿En qué espacios quiero (y debo) estar?</li> <li><input type="checkbox"/> Gestión de un proyecto en redes sociales.</li> <li><input type="checkbox"/> Monitorización y reputación.</li> <li><input type="checkbox"/> Detección y resolución de crisis 2.0.</li> </ul> </li> <li>• Mirar hacia el futuro: Web 3.0 y marketing 3.0</li> </ul>	16,5
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>17</b>
<b>UA4</b>	<b>Crear ingresos (comercio electrónico)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soluciones antes de crear una tienda virtual.                             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Los sitios de afiliación y descuento.</li> <li><input type="checkbox"/> Market Place.</li> </ul> </li> <li>• Quiero una tienda                             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Coste de la tienda: Saas (tiendas en la nube), Open Source (código abierto), soluciones a medida.</li> <li><input type="checkbox"/> Aspectos a los que atender: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.</li> </ul> </li> <li>• Mejorar el proceso de cobro                             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Pedido y facturación on Line.</li> <li><input type="checkbox"/> Medios de pago offLine: contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.</li> <li><input type="checkbox"/> Medios de pago onLine: tarjetas, Paypal.</li> <li><input type="checkbox"/> Lo último, pago por móvil.</li> </ul> </li> <li>• M-Commerce                             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Comercio mediante móvil.</li> </ul> </li> <li>• Aspectos legales                             <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.</li> <li><input type="checkbox"/> Uso de cookies.</li> </ul> </li> </ul>	20,5

COMT066PO	Comercio en internet. Optimización de recursos	90 horas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>□ Contratación online.</li> <li>□ Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc</li> </ul>	
	Cuestionario de autoevaluación	0,5
	<b>Tiempo total de la unidad de aprendizaje</b>	<b>21</b>
	<b>Test de evaluación final</b>	<b>1</b>
	<b>Actividad práctica de evaluación final</b>	<b>2</b>