



COMT027PO. Negocios online y comercio electrónico

Objetivos

□ **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.

□ **Objetivos Específicos**

- Conocer los factores que influyeron en la evolución del comercio electrónico.
- Examinar los diferentes tipos de comercio electrónico.
- Entender la importancia de la segmentación de los e-consumidores en un negocio de comercio electrónico.
- Desarrollar habilidades y competencias en la estrategia de desarrollo de nuevos productos.
- Adquirir conocimientos en materia de posicionamiento y análisis de ofertas.
- Comprender las cuatro variables del Marketing Mix: Producto, precio, distribución y promoción.
- Desarrollar habilidades para ordenar los objetivos de la empresa en un CMI.
- Conocer los conceptos básicos de arquitectura de software y comprender el significado del modelo de tres capas.
- Desarrollar habilidades para entender los flujos de trabajo en el seno de una empresa.
- Descubrir las alternativas financieras para cubrir las necesidades de tesorería.
- Entender la importancia de ofrecer un buen servicio de atención al cliente.
- Examinar las herramientas de monitorización para el seguimiento de audiencias online.
- Conocer las características de un buen catálogo de productos.
- Desarrollar habilidades para diseñar una página web que optimice la experiencia del consumidor y, por tanto, mejore las ventas.
- Descubrir los sistemas de pago más utilizados en comercio electrónico.
- Entender el significado de los mapas de calor y su importancia en el diseño de una tienda virtual.

- Conocer el contenido mínimo de la zona privada del cliente y la configuración del carrito de la compra.
- Examinar la normativa de protección de datos de carácter personal a nivel estatal y europeo para entender sus diferencias y saber cuál prevalece en caso de conflicto.
- Conocer los impuestos directos e indirectos que debe pagar un comercio electrónico, realizando un estudio especial del IVA.
- Descubrir cómo el futuro reglamento europeo E-Privacy, afectará a la normativa española.
- Conocer el término «idea», así como sus propuestas de financiación.
- Comprender la diferencia entre el plan de negocio y el plan comercial.
- Identificar las fuentes de financiación propias tales como amigos, familiares, etc.
- Conocer los tipos de fuentes de financiación externas.
- Desarrollar las habilidades necesarias para poner en marcha nuestro e-commerce.
- Conocer las mejores plataformas de pago para e-commerce.
- Saber qué infoproductos son los más vendidos en la actualidad.
- Analizar la evolución de la web hasta la web 3.0 y cómo se ve afectado el e-commerce.
- Conocer en qué consiste la política de captación y la disciplina branding.
- Entender el concepto de cross marketing.
- Analizar diferentes ideas que permitan mejorar el comercio electrónico, así como las herramientas necesarias para mejorarlo.
- Conocer las claves para fidelizar a los clientes y para crear programas de fidelización eficaces.
- Entender el funcionamiento de las redes de afiliados.
- Analizar las diferentes técnicas de fidelización y comprobar cuáles son las más eficaces.
- Aprender a segmentar a nuestros clientes internacionales según su procedencia, teniendo en cuenta no solamente el idioma, sino también la cultura de cada zona geográfica.
- Conocer los diferentes medios de pago internacionales para poder elegir el más adecuado a nuestro negocio.
- Analizar los sistemas de imposición del comercio electrónico y las diferencias entre países que están dentro y fuera de la Unión Europea.
- Entender el papel de los CEC (Centros europeos del consumidor) en los procesos de reclamación.
- Estudiar los requisitos para exportar productos.
- Desarrollar habilidades para realizar una correcta distribución internacional.

- Comprender por qué un buen sistema logístico es una herramienta imprescindible para cualquier e-commerce.
- Conocer las diferentes tipologías de envío.
- Analizar los diferentes sistemas de gestión de datos y su papel en la logística.
- Entender las directrices de la gestión de la producción.
- Entender los conceptos de aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa.
- Saber diferenciar los modelos de gestión de Dropshipping, Cross Docking y servicio único de transporte.
- Estudiar los modos de distribución de los productos virtuales y las últimas tendencias para facilitar la entrega.
- Comprobar el modo en que las nuevas TIC han mejorado los servicios logísticos.
- Analizar las aplicaciones de seguimiento de paquetes más utilizadas.
- Conocer los sistemas de pago integrados y no integrados.
- Entender el concepto de pasarela de pago y las claves para elegir la pasarela ideal para nuestro e-commerce.
- Analizar la evolución de los pagos con tarjeta y el papel de las tarjetas inteligentes en el e-commerce.
- Entender el funcionamiento del protocolo antifraude 3D-Secure.
- Comprender la importancia del pago móvil como método emergente y sus retos de cara al futuro.
- Estudiar los mecanismos de pago en los diferentes modelos de negocio.
- Examinar el mecanismo workflow de procesamiento de pago, con especial atención al funcionamiento del pago móvil.
- Estudiar los modelos B2B más populares, como los marketplaces y los agregadores.
- Conocer la utilidad de los catálogos en el comercio electrónico y su evolución hasta el e-catálogo.
- Analizar los conflictos de canales de distribución y las opciones para minimizar esos conflictos.

Contenidos

Negocios online y comercio electrónico	Tiempo estimado
<p>Unidad 1: Cómo planificar y desarrollar un plan estratégico de comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis estratégico del comercio electrónico: Antecedentes, evolución y tendencias. <ul style="list-style-type: none"> ○ Antecedentes. ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ Perfil del consumidor. ○ Análisis cluster. • Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo. <ul style="list-style-type: none"> ○ Desarrollo de producto. ○ Desarrollo de mercado. • Factores críticos de éxito en el comercio electrónico. • Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta. <ul style="list-style-type: none"> ○ El posicionamiento. ○ Análisis de la oferta. • Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio. <ul style="list-style-type: none"> ○ Variables del Marketing-Mix: Las 4P. ○ Enfoque del Marketing-Mix. • Cuadro de mando integral en negocios online. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aspectos claves de un cuadro de mando. ○ Ejemplos de Cuadros de mando para e-commerce. ○ KPI indicados para e-commerce. 	<p>11 horas</p>
Examen UA 01	<p>30 minutos</p>
Actividad de evaluación UA 01	<p>30 minutos</p>
Tiempo total de la unidad	<p>12 horas</p>

<p>Unidad 2: Puesta en marcha: ¿Cómo crear o adaptar un negocio online? (I): Back end.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ CRM. ○ Contact Center. ○ Marketing inverso. ○ Servicio postventa. • Tracking. • Caso real: Ya.com. 	<p>6,30 horas</p>
<p>Examen UA 02</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>7 horas</p>
<p>Unidad 3: Puesta en marcha: ¿Cómo construir un sitio web de éxito en comercio electrónico? (II): Back end.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Catálogo y contenidos: Verificación, procesado, herramienta de catálogo. • Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de Front End. <ul style="list-style-type: none"> ○ Usabilidad significa ponérselo fácil a los clientes. ○ Accesibilidad: nuestra web para todos. ○ Cómo generar confianza. • Flujos de caja y financiación. <ul style="list-style-type: none"> ○ Medios de pago y procesos de cobro. • Zonas calientes. • Zona de usuario. • Carrito de la compra. 	<p>6 horas</p>
<p>Examen UA 03</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Actividad de evaluación UA 03</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p>7 horas</p>

<p>Unidad 4: Aspectos jurídicos en el comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • LOPD. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tratamiento de datos personales en la LOPD. ○ Tratamiento de datos personales en el RGPD. ○ Principales diferencias entre la LOPD y el RGPD. • Impuestos indirectos. • LSSI. 	4 horas
Examen UA 04	30 minutos
Actividad de evaluación UA 04	30 minutos
Tiempo total de la unidad	5 horas
<p>Unidad 5: Financiación de proyectos de comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Idea de una idea. • Business plan y plan comercial. <ul style="list-style-type: none"> ○ Crear un plan de negocio. ○ Diferencias entre un plan de negocio y un plan comercial. • Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Constitución de reservas. ○ Aportaciones de socios/partícipes. ○ Financiación de amigos y familiares. • Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles? <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos y fuentes de financiación ajena. ○ Cómo convencer a un inversor. • Puesta en marcha e informe (reporting) de resultados. <ul style="list-style-type: none"> ○ Pautas para poner en marcha un e-commerce. ○ 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? 	9,30 horas
Examen UA 05	30 minutos
Tiempo total de la unidad	10 horas

<p>Unidad 6: Acciones de captación enfocada a comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Política de captación: ¿Solo branding? <ul style="list-style-type: none"> ○ 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ Email marketing. ○ SEM. ○ SEO. ○ Afiliación. ○ Campañas en sitios afines: Remarketing. 	5 horas
Examen UA 06	30 minutos
Actividad de evaluación UA 06	30 minutos
Tiempo total de la unidad	6 horas
<p>Unidad 7: Fidelización en comercio electrónico: cómo incrementar las ventas de clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de programas de fidelización eficaces. <ul style="list-style-type: none"> ○ Las claves para fidelizar clientes. ○ 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? 	4,30 horas
Examen UA 07	30 minutos
Tiempo total de la unidad	5 horas

<p>Unidad 8: Cómo realizar comercio electrónico internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. 	5 horas
Examen UA 08	30 minutos
Actividad de evaluación UA 08	30 minutos
Tiempo total de la unidad	6 horas
<p>Unidad 9: Cómo gestionar la logística y el fulfillment en el comercio electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <ul style="list-style-type: none"> ○ Aprovisionamiento. ○ Almacenamiento. ○ Logística de envío. • Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos. • Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tipología de los artículos. ○ Ámbito geográfico. ○ 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. 	9 horas
Examen UA 09	30 minutos
Actividad de evaluación UA 09	30 minutos

Tiempo total de la unidad	10 horas
<p>Unidad 10: Seguridad en los medios de pago online.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de pago no integrados. • Sistemas de pago integrados. Pasarela de pagos. • Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio. <ul style="list-style-type: none"> ○ La banda magnética. ○ Tarjetas inteligentes. ○ 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. 	6,30 horas
Examen UA 10	30 minutos
Tiempo total de la unidad	7 horas
<p>Unidad 11: Comercio electrónico en un entorno B2B.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de negocio de los e-marketplaces. • Agregadores horizontales/verticales. • De catálogos a e-catálogos. • Conflicto de canales. 	3,30 horas
Examen UA 11	30 minutos
Tiempo total de la unidad	4 horas
Examen final COMT027PO	1 hora
11 unidades	80 horas