

## COMERCIO ELECTRONICO (35 HORAS)

### **Unidad 1. Introducción. (1 horas: 1 teoría y 0 práctica)**

#### Contenidos teóricos:

1. Definición de comercio electrónico
2. El comercio electrónico en España
  - 2.1. ¿Qué es una tienda virtual?
3. El comercio electrónico en el Mundo
  - 3.1. E-commerce Mundial
  - 3.2. La Banca por Internet
  - 3.3. Controles de Seguridad
4. Oportunidades de las Pymes en su desarrollo en Internet

#### Contenidos prácticos:

No contiene prácticas

### **Unidad 2: Modelos de negocio comercio electrónico. (3 horas: 2,30 teoría y 0,30 práctica)**

#### Contenidos teóricos:

1. El modelo de negocio de una tienda virtual
  - ¿Qué es una tienda virtual?
  - Portales Verticales
  - Tiendas Virtuales
2. Qué vender y cómo. Tendencias
  - Como determinar que productos vender
  - Productos de nicho
  - Productos digitales
  - Productos físicos
  - Tendencias



### 3. Plan de viabilidad

Partes del plan de viabilidad

### 4. Factores críticos de éxito.

#### 4.1 Características de los factores críticos de éxito

### 5. Front office/ Back office

### 6. Dimensionamiento del negocio

¿Qué es el mercado?

Tipos de mercado

El negocio

### 7. Recursos humanos

El plan de recursos humanos

Organización funcional

El plan de contratación

Política salarial

### 8. Necesidades tecnológicas

Análisis de necesidades tecnológicas

### 9. Necesidades de inversión

Inversión empresarial

Ubicación

Aspectos destacados del plan de inversión

### 10. El Business Plan

¿Qué es un Business Plan?

Estructura del Business Plan

### 11. Estructura

Estructura legal del negocio

Tramites legales

### Contenidos prácticos:

Test de conocimientos sobre la materia impartida.



## **Unidad 3: Marketing en Internet y Comercio electrónico. (4 horas: 2 teoría y 2 práctica)**

### Contenidos teóricos:

1. Fundamentos de un Plan de Marketing
  - 1.1. ¿Qué es el marketing o comercialización?
2. Definición del target
  - 2.1. Acotación de un mercado objetivo
  - 2.2. Utilidad del target
  - 2.3. Variables que definen un target
  - 2.4. Nuevas tendencias
3. El producto y el mercado
  - 3.1. El producto
  - 3.2. Ciclo de vida del producto
  - 3.3. Fases del ciclo
  - 3.4. El producto (introducción)
  - 3.5. Desarrollo
  - 3.6. Madurez
  - 3.7. Declive
  - 3.8. El mercado
  - 3.9. Segmentación de mercados
  - 3.10. Requisitos para una segmentación efectiva
  - 3.11. Para qué segmentar
  - 3.12. Tipos de segmentación
4. Variables de marketing
  - 4.1. Producto
  - 4.2. Mercado
  - 4.3. Necesidad
  - 4.4. Percepción
  - 4.5. Demanda
  - 4.6. Oferta
5. Posicionamiento



- 5.1. Definición
- 5.2. Proceso de posicionamiento
- 5.3. Estrategias de posicionamiento
- 5.4. Posicionamiento Web
- 5.5. Actividades para mejorar el posicionamiento en los buscadores
- 5.6. Últimas novedades en el posicionamiento de buscadores
6. Características y oportunidades del mercado
  - 6.1. Concepto
  - 6.2. Clasificación de mercados y características
7. Análisis de la competencia
8. Estrategia de marketing y ventas en Internet:
  - 8.1. Publicidad web
  - 8.2. e-mail Marketing
    - 8.2.1. SEO y SEM
    - 8.2.2. Marketing “de guerrilla”
    - 8.2.3. Acciones off-line
9. El marketing mix
10. Fórmulas de captación de ingresos on-line
  - 10.1. La e-fidelización o como atrapar al cliente on-line

#### Contenidos prácticos:

Test de conocimientos sobre la materia impartida.

Realización de un plan de negocio

#### **Unidad 4: Medios de Pago. Seguridad (4 horas: 3,30 teoría y 0,30 práctica)**

#### Contenidos teóricos:

1. Sistemas de pago
  - 1.1. ¿Qué se entiende por el sistema de pagos?
  - 1.2. Tipos de sistema de pagos
  - 1.3. Sistema de pago electrónico



- 1.4. ¿Cómo funciona?
2. Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio
  - 2.1. Forma y origen
  - 2.2. Número de la tarjeta
  - 2.3. Número de Identificación del Emisor (IIN)
  - 2.4. Tecnologías
3. 3D Secure
  - 3.1. ¿Qué significa 3D Secure?
  - 3.2. ¿Por qué el criptograma visual no es suficiente?
  - 3.3. Pagos en 3D Secure
  - 3.4. Como se realizan pagos en 3D Secure
  - 3.5. En qué consiste la autenticación
4. Internet Mobile Payment
  - 4.1. Funcionamiento
  - 4.2. Beneficios del sistema
5. Modelos de negocio de los diferentes actores
  - 5.1. Tipos de negocio
6. Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil

Contenidos prácticos:

Test de conocimientos sobre la materia impartida

**Unidad 5: La cadena de suministro en comercio electrónico.**

**(3 horas: 2,30 teoría y 0,30 práctica)**

Contenidos teóricos:

1. Concepto de la cadena de suministro
2. La distribución, proceso clave de la cadena de suministro
3. La cadena de suministros en los nuevos entornos
4. Cómo conseguir el éxito en los proyectos de cadena de suministro: diez obstáculos a superar

5. Entrevista a Supermercados Rey
6. Aprovisionamiento y Gestión de Proveedores
  - 6.1. Introducción a la gestión de relaciones con el cliente (CRM)
  - 6.2. ¿Qué es CRM?
  - 6.3. Integración de la CRM a la empresa

#### Contenidos prácticos:

Test de conocimientos sobre la materia impartida

#### **Unidad 6: Normativa aplicable. (2 horas: 1,30 teoría y 0,30 práctica)**

##### Contenidos teóricos:

1. Ley del comercio electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos  
Aspectos jurídicos:
  - 1.1. Introducción
  - 1.2. El comercio electrónico
  - 1.3. Firma electrónica
  - 1.4. Mensajes de datos
  - 1.5. LOPD
  - 1.6. Impuestos indirectos
  - 1.7. LSSI
  - 1.8 ¿Qué son los servicios de la sociedad de la información?
2. Ley de Protección de Datos  
Tipos de clasificación según la LOPD  
Conclusiones

##### Contenidos prácticos:

Test de conocimientos sobre la materia impartida.

#### **Unidad 7: Como montar una tienda. (6 horas: 3,30 teoría y 3,30 práctica)**

##### Contenidos teóricos:



1. Introducción
  - 1.1. Página Web o Plataforma de Comercio Electrónico
  - 1.2. Medios de pago y seguridad
  - 1.3. Aspectos legales y condiciones de compra. LSSI y LOPD
  - 1.4. Posicionamiento, publicidad y promoción
2. Catalogo y contenidos: verificación, procesado, herramienta de catalogo
3. Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end
4. Flujos de caja y financiación
5. Zonas calientes
6. Zona de usuario
7. Carrito de la compra

#### Contenidos prácticos:

Creación de un modelo tipo de tienda

### **Unidad 8: Captar, fidelizar: el centro de atención al cliente.**

**(4 horas: 3,30 teoría y 0,30 práctica)**

#### Contenidos teóricos:

1. Política de captación: ¿solo branding?
  - 1.1. Tipos de branding
2. Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online
  - 2.1. ¿Qué es el Cross Media? ¿De que me sirve?
  - 2.2. El pasado cercano del Cross Media
  - 2.3. ¿Cómo hacer una campaña Cross Media?
  - 2.4. Ventajas y posibilidades de las acciones Cross Media
3. Herramientas más eficaces: email mk, SEM, SEO, afiliación, campañas en sites afines
  - 3.1. Fidelización a través de e-mail marketing
  - 3.2. Diseño de la home, clave para fidelizar a los usuarios



- 3.3. Campañas SEM
- 3.4. Afiliación y campañas en sites afines: las redes de afiliados
4. Creación de programas de fidelización eficaces
  - 4.1. Premiar a los clientes leales
  - 4.2. Poner en marcha un programa de fidelización
  - 4.3. Administre efectivamente el programa
  - 4.4. Use el programa para mejorar su conocimiento de los clientes
5. Programas de éxito on line
  - 5.1. Defina claramente los objetivos y costes del programa
  - 5.2. Diseñe un programa pensando en sus clientes
  - 5.3. Seleccione el modelo de programa
  - 5.4. Defina la forma de inscripción de los clientes en el programa
  - 5.5. Ofrezca un valor unico y diferenciado
  - 5.6. Establezca un dialogo inteligente y continuo
  - 5.7. Cree relaciones y vinculos externos con otras empresas afines
  - 5.8. Tomese muy en serio el programa
  - 5.9. Como medir el éxito de un programa de fidelización
6. Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?
  - 6.1. Tipologías de afiliación
7. Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos.. ¿Cuál es más eficaz?

Los cupones de descuento

  - 7.2. Las ofertas
  - 7.3. Las muestras gratis
  - 7.4. Los sitios de compras colectivos
  - 7.5. Clubes de provadores

### Contenidos prácticos:

Test de conocimientos sobre la materia impartida

## **Unidad 9: Aplicaciones comercio electrónico. (5 horas: 4,30 teoría y 0,30 práctica)**

### Contenidos teóricos:

1. OsCommerce
2. Quick.Cart
3. CpCommerce
4. Zent-Cart
5. ClosedShop
6. ShopCMS Paypal Shopping Cart
7. E-Commerce para Drupal

### Contenidos prácticos:

Test de conocimientos sobre la materia impartida

## **Unidad 10: Modulo para emprendedores (3 horas)**

1. EL EMPRENDEDOR
  - 1.1. Consejos para ser emprendedor
2. PUESTA EN MARCHA.
  - 2.1. La idea
  - 2.2. Creación de la empresa.
3. EL PLAN DE EMPRESA
  - 3.1. .Introducción al plan de empresa.
  - 3.2. Desarrollo del Plan de Empresa
4. FORMAS JURÍDICAS Y FORMAS DE NEGOCIO
  - 4.1. .Distintas formas jurídicas
  - 4.2. .Características de las principales formas
  - 4.3. La franquicia



Dirección General de Formación  
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y EMPLEO

**Comunidad de Madrid**



5. FINANCIACIÓN
  - 5.1. . Financiación para la puesta en marcha
  - 5.2. . Ayudas y Subvenciones
6. .TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN
  - 6.1. Constitución de formas jurídicas
  - 6.2. Otros pasos para la constitución