



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

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

<b>Unidad 4:</b> Aspectos jurídicos en el comercio electrónico.	<b>4 horas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• LOPD. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Tratamiento de datos personales en la LOPD.</li> <li>◦ Tratamiento de datos personales en el RGPD.</li> <li>◦ Principales diferencias entre la LOPD y el RGPD.</li> </ul> </li> <li>• Impuestos indirectos.</li> <li>• LSSI.</li> </ul>	
Examen UA 04	<b>30 minutos</b>
Actividad de evaluación UA 04	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>5 horas</b>
<b>Unidad 5:</b> Financiación de proyectos de comercio electrónico.	<b>9,30 horas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idea de una idea.</li> <li>• Business plan y plan comercial. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Crear un plan de negocio.</li> <li>◦ Diferencias entre un plan de negocio y un plan comercial.</li> </ul> </li> <li>• Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismos. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Constitución de reservas.</li> <li>◦ Aportaciones de socios/partícipes.</li> <li>◦ Financiación de amigos y familiares.</li> </ul> </li> <li>• Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles? <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Tipos y fuentes de financiación ajena.</li> <li>◦ Cómo convencer a un inversor.</li> </ul> </li> <li>• Puesta en marcha e informe (reporting) de resultados. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Pautas para poner en marcha un e-commerce.</li> <li>◦ Reporting como sistema de información.</li> </ul> </li> <li>• Venta de contenidos de pago.</li> <li>• Productos digitales: Cómo se venden.</li> <li>• De lo gratuito al pago por visualización.</li> <li>• Descarga, real media, TV Internet, Second Life... ¿web 3.0 como solución?</li> </ul>	
Examen UA 05	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>10 horas</b>

<b>Unidad 6:</b> Acciones de captación enfocada a comercio electrónico.	<b>5 horas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de captación: ¿Solo branding? <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Branding.</li> </ul> </li> <li>• Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online.</li> <li>• Herramientas más eficaces: email marketing, SEM, SEO, afiliación, campañas en sitios afines, etc. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Email marketing.</li> <li>◦ SEM.</li> <li>◦ SEO.</li> <li>◦ Afiliación.</li> <li>◦ Campañas en sitios afines: Remarketing.</li> </ul> </li> </ul>	
Examen UA 06	<b>30 minutos</b>
Actividad de evaluación UA 06	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>6 horas</b>
<b>Unidad 7:</b> Fidelización en comercio electrónico: cómo incrementar las ventas de clientes.	<b>4,30 horas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de programas de fidelización eficaces. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Las claves para fidelizar clientes.</li> <li>◦ Programas de fidelización.</li> </ul> </li> <li>• Programas de éxito online.</li> <li>• Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?</li> <li>• Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos... <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ ¿Cuál es más eficaz?</li> </ul> </li> </ul>	
Examen UA 07	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>5 horas</b>

<b>Unidad 8:</b> Cómo realizar comercio electrónico internacional.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características del cliente por países: ¿Dónde vendemos más?</li> <li>• ¿Qué vendemos?</li> <li>• Medios de pago internacionales.</li> <li>• Legislación por países: Impuestos directos e indirectos aplicables.</li> <li>• Procesos de reclamación y atención al cliente internacional.</li> <li>• Exportación de productos.</li> <li>• Distribución internacional.</li> </ul>	<b>5 horas</b>
Examen UA 08	<b>30 minutos</b>
Actividad de evaluación UA 08	<b>30 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>6 horas</b>
<b>Unidad 9:</b> Cómo gestionar la logística y el fulfillment en el comercio electrónico.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importancia de la logística en el comercio electrónico.</li> <li>• El transporte urgente aplicado al comercio electrónico.</li> <li>• Gestión de los datos.</li> <li>• Gestión con proveedores y sala de producción.</li> <li>• Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Aprovisionamiento.</li> <li>◦ Almacenamiento.</li> <li>◦ Logística de envío.</li> </ul> </li> <li>• Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos.</li> <li>• Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales. <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Tipología de los artículos.</li> <li>◦ Ámbito geográfico.</li> <li>◦ Tipo de entrega.</li> </ul> </li> <li>• Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico.</li> <li>• La logística aplicada al comercio electrónico.</li> <li>• Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido.</li> <li>• Información de seguimiento vía Internet.</li> </ul>	<b>9 horas</b>
Examen UA 09	<b>30 minutos</b>
Actividad de evaluación UA 09	<b>30 minutos</b>

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