



ALBORÁN Formación

D./Dña. **MARIA RAQUEL ORTEGA COMENZANA** con DNI/NIE 50213101-F

Ha realizado con aprovechamiento la Acción Formativa

NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO

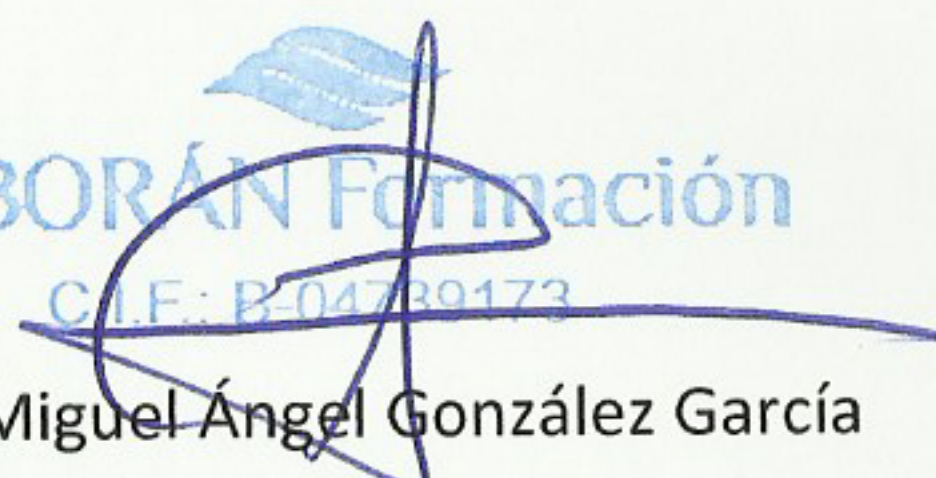
Programa Formativo de Formación Continua, dentro del Plan de Formación para el Empleo de la Comunidad de Madrid 2017, dirigido prioritariamente a Trabajadores Ocupados, subvencionado por la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid y el Servicio Público de Empleo Estatal, con Expediente **FC30-08/2017/3799ES**, Acción **23**, Grupo **100**, durante los días **07/03/2019** al **28/03/2019** con una duración de **80** horas en la modalidad **Presencial**

Contenidos impartidos (ver dorso)

Fecha de Expedición

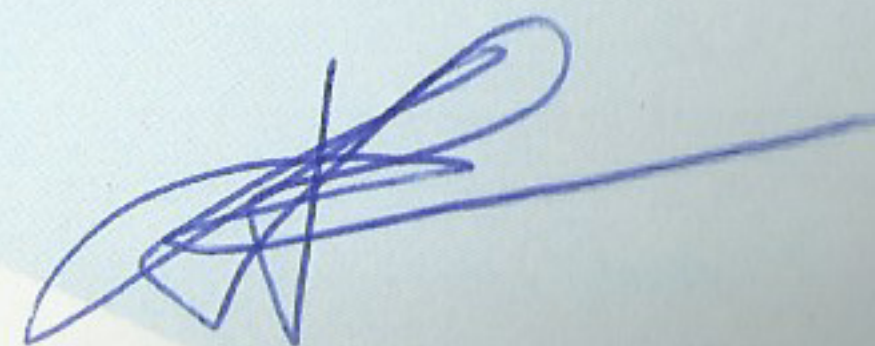
28/03/2019

Firma Responsable del Curso


ALBORÁN Formación
C.I.E. B-04739173

Fdo. D. Miguel Ángel González García
Director-Gerente Alborán Formación, S.L.

Firma el/la alumno/a



Fdo. D./Dña. MARIA RAQUEL ORTEGA COMENZANA



CONSEJERÍA DE ECONOMÍA,
EMPLEO Y HACIENDA

Comunidad de Madrid



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE EMPLEO
Y SEGURIDAD SOCIAL

SERVICIO PÚBLICO
DE EMPLEO ESTATAL

Contenidos:

1. Como planificar y desarrollar un plan estratégico de Comercio Electrónico:

- 1.1. Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias.
- 1.2. Modelos de negocio de comercio electrónico.
- 1.3. DAFO Comercio electrónico Español.
- 1.4. Segmentación de e-consumidor: Perfiles, análisis cluster, valoración económica y análisis de la demanda.
- 1.5. Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo.
- 1.6. Factores Críticos de Éxito en el comercio electrónico.
- 1.7. Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta.
- 1.8. Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio.
- 1.9. Cuadro de mando integral en negocios on line.

2. Puesta en marcha: ¿Cómo crear o adaptar un negocio On (I): BACK END:

- 2.1. Estructura tecnología: modelo de tres capas.
- 2.2. Diseño del work-flow e integración de sistemas.
- 2.3. La importancia de la palabra facturación y cobro.
- 2.4. Servicio de atención al cliente: CRM, contact center, marketing inverso, servicio post venta.
- 2.5. Tracking.
- 2.6. Caso Real: ya.com.

3. Puesta en marcha: ¿Cómo construir una website de éxito en comercio electrónico? (II): FRONT END:

- 3.1. Catálogo y Contenidos: verificación, procesado, herramienta de catálogo.
- 3.2. Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end.
- 3.3. Flujos de caja y financiación.
- 3.4. Zonas calientes.
- 3.5. Zona de usuario.
- 3.6. Carrito de la compra.

4. Aspectos jurídicos en el comercio electrónico:

- 4.1. LOPD.
- 4.2. Impuestos indirectos.
- 4.3. LSSI.

5. Financiación de proyectos de comercio electrónico:

- 5.1. Idea de una idea.
- 5.2. Business plan y plan comercial.
- 5.3. Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismo.
- 5.4. Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas. ¿Cómo convencerles?
- 5.5. Puesta en marcha y reporting de resultados.
- 5.6. Venta de contenidos de pago.
- 5.7. Productos digitales: Como se venden.
- 5.8. De lo gratuito al pago por visualización.
- 5.9. Descarga, real media, tv internet, Secondlife.... ¿Web 3.0 como solución?

6. Acciones de captación enfocada a comercio electrónico:

- 6.1. Política de captación: ¿solo branding?.
- 6.2. Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online.
- 6.3. Herramientas más eficaces: email mk, SEM, SEO, afiliación, campañas en sites afines...

7. Fidelización en comercio electrónico: Como incrementar las ventas de clientes:

- 7.1. Creación de programas de fidelización eficaces.
- 7.2. Programas de éxito on line.
- 7.3. Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas? .
- 7.4. Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos.. ¿Cuál es más eficaz?

8. Como realizar comercio electrónico internacional:

- 8.1. Características del cliente por países: ¿Dónde vendemos más?.
- 8.2. ¿Qué vendemos?
- 8.3. Medios de pago internacionales.
- 8.4. Legislación por países: Impuestos directos e indirectos aplicables.
- 8.5. Procesos de reclamación y atención al cliente internacional.
- 8.6. Exportación de productos.
- 8.7. Distribución internacional.

9. Como gestionar la logística y fulfillment en el comercio electrónico:

- 9.1. Importancia de la logística en el comercio electrónico.
- 9.2. El transporte urgente aplicado al comercio electrónico.
- 9.3. Gestión de los datos.
- 9.4. Gestión con proveedores y sala de producción.
- 9.5. Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa.
- 9.6. Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos.
- 9.7. Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales.
- 9.8. Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico.
- 9.9. La logística aplicada al comercio electrónico.
- 9.10. Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido.
- 9.11. Información de seguimiento vía Internet.

10. Seguridad en los medios de pago On Line:

- 10.1. Sistemas de pago no integrados.
- 10.2. Sistemas de pago integrados – pasarela de pagos.
- 10.3. Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio.
- 10.4. 3D Secure.
- 10.5. Internet Mobile Payment.
- 10.6. Modelos de negocio de los diferentes actores.
- 10.7. Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil.

11. Comercio Electrónico en un entorno B2B:

- 11.1. Modelos de negocio de los e-marketplaces.
- 11.2. Agregado res horizontales / verticales.
- 11.3. De catálogos a e-catálogos.
- 11.4. Conflicto de canales.