



COMM0011. Tienda virtual y gestión del comercio electrónico

Objetivos

□ **Objetivo General**

- Aplicar las formas de comercialización electrónica, dominando los parámetros para su venta en Internet.

□ **Objetivos Específicos**

- Analizar los diferentes modelos de negocio que conforman el ecosistema del comercio electrónico y sus particularidades.
- Identificar las características y estructuras de las tiendas virtuales, comprendiendo las distintas tipologías de comercio online.
- Evaluar los aspectos legales, fiscales y de protección de datos que intervienen en la gestión de tiendas virtuales a nivel nacional e internacional.
- Seleccionar y emplear herramientas y estrategias adecuadas para el diseño, lanzamiento y gestión de tiendas on-line, considerando la diversidad de mercados y públicos.
- Analizar las características y elementos estructurales de una tienda virtual, identificando los componentes que influyen en su funcionamiento dentro del entorno digital.
- Diseñar estrategias de publicidad adaptadas a los diferentes canales digitales, considerando la diversidad de formatos y públicos a los que se dirige la comunicación comercial.
- Elaborar un plan de marketing digital, integrando procesos de venta, técnicas de captación y mecanismos para estimular la compra y fidelización de la clientela online.
- Utilizar herramientas informáticas de gestión de contenidos y análisis de datos para valorar el rendimiento de las acciones comerciales en plataformas de comercio electrónico.
- Analizar los procesos logísticos implicados en el comercio electrónico, considerando sus diferentes etapas y su impacto en la eficiencia operativa.
- Identificar las características y requisitos de los métodos de pago empleados en entornos digitales, valorando su integración y seguridad.

- Evaluar las estrategias de gestión de datos y de interacción con proveedores en el contexto de una tienda virtual.
- Comparar las alternativas de distribución de productos físicos y virtuales, reconociendo los retos específicos que plantea la logística en el comercio electrónico.

Contenidos

| COMM0011. Tienda virtual y gestión del comercio electrónico | Tiempo estimado |
|--|------------------------|
| Módulo 1. Creación de una tienda online | |
| <p>Unidad 1: Comercio electrónico: tiendas virtuales, modelos de negocio y regulación internacional</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. La tienda on-line <ol style="list-style-type: none"> 1.1. El e-commerce 1.2. Pros y contras del comercio electrónico 1.3. Tipos de tiendas virtuales (B2B, B2C, B2B2C) 2. Modelos de negocio online <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Modelos de negocio online según: tipo de venta 2.2. Modelos de negocio online según: orientación 2.3. Modelos de negocio online según: dispositivos 2.4. Modelos de negocio online según: aspectos legales 2.5. Modelos de negocio online según: fiscalidad 2.6. Modelos de negocio online según: tributación 2.7. Modelos de negocio online según: legislación aplicable 2.8. Modelos de negocio online según: protección de datos 3. Herramientas para crear una tienda online <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Estructura previa 3.2. Puesta en marcha 3.3. Normativa sobre protección de datos y comercio electrónico 3.4. Publicidad y marketing online 4. Aplicación del comercio online internacional <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Características del cliente por países 4.2. Medios de pago internacionales 4.3. Legislación por países (Impuestos directos e indirectos aplicables) 4.4. Procesos de reclamación y atención al cliente internacional 4.5. Exportación de productos 4.6. Distribución internacional | |
| Cuestionario de autoevaluación Unidad 1 | 30 minutos |
| Actividad de evaluación Unidad 1 | 60 minutos |
| Tiempo total de la unidad | 15 horas |

| | |
|--|-------------------|
| Módulo 2. Elaboración del plan de marketing | |
| <p>Unidad 1: Publicidad multicanal y planificación de marketing digital</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño y estructura de una tienda virtual <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Nombre o dominio de una tienda virtual 2. Elaboración de publicidad según los canales <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Catálogos online 2.2. Catálogo de productos de una tienda online 2.3. Publicidad de la tienda online 2.4. Redes sociales 3. Diseño de un Plan de marketing <ol style="list-style-type: none"> 3.1. El proceso de venta por Internet 3.2. Técnicas de captación y fidelización de clientes 3.3. Cómo estimular la venta online 3.4. Publicidad en el comercio electrónico 4. Introducción a la utilización de herramientas informáticas de gestión de contenidos <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Comercio electrónico a través de plataformas digitales 4.2. Creación de informes sobre ventas online. Google Analytics | |
| Cuestionario de autoevaluación Unidad 2 | 30 minutos |
| Actividad de evaluación Unidad 2 | 60 minutos |
| Tiempo total de la unidad | 9 horas |

| | |
|---|-------------------|
| Módulo 3. Logística y métodos de pago de las tiendas online | |
| <p>Unidad 1: Logística aplicada y métodos de pago en comercio electrónico</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicación de la logística <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Proceso de compras 1.2. El transporte urgente 1.3. Gestión de los datos 1.4. Gestión con proveedores y sala de producción 1.5. Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa 1.6. Distribución de productos virtuales 1.7. Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico 1.8. Información de seguimiento vía Internet 2. Clasificación del método de pago <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Seguridad en las transacciones online 2.2. No integrados 2.3. Integrados - pasarela de pagos 2.4. Tarjetas de crédito 2.5. Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil | |
| Cuestionario de autoevaluación Unidad 3 | 30 minutos |
| Actividad de evaluación Unidad 3 | 60 minutos |
| Tiempo total de la unidad | 10 horas |
| Examen final | 1 hora |
| 3 módulos / 3 unidades | 35 horas |