



**COMT066PO. Comercio en internet.  
Optimización de recursos**

## Objetivos

---

### □ **Objetivo General**

- Analizar en qué forma el uso de internet puede ayudarnos a mejorar los resultados empresariales, aprendiendo a utilizar las herramientas que permitan minimizar costes y aumentar los ingresos y clientes. Utilizar las técnicas básicas de presencia en redes sociales y generar ingresos con el comercio electrónico.

### □ **Objetivos Específicos**

- Analizar en qué forma el uso de internet puede ayudarnos a mejorar los resultados empresariales.
- Entender el tiempo como un recurso valioso de las empresas y como su gestión puede influir en el ahorro de costes global de la empresa.
- Aprender a utilizar las herramientas que internet ofrece para minimizar costes.
- Comprender la importancia de la satisfacción de los clientes como medio de ahorro de costes.
- Determinar los pasos previos a seguir antes de montar un negocio online y concienciar de la profesionalidad necesaria para lograr operar con éxito a través de internet.
- Explorar los medios que el marketing digital pone a disposición de las empresas para la captación de clientes.
- Establecer los puntos estratégicos a considerar en el desarrollo de un plan de marketing 2.0.
- Conocer las herramientas que internet pone a disposición de las empresas para el desarrollo de sus funciones administrativas y de marketing.
- Evaluar la adaptación de los elementos del marketing mix al entorno digital.
- Analizar la digitalización de algunas de las funciones empresariales.
- Interiorizar con la importancia de garantizar la presencia de una empresa en redes sociales.
- Conocer los medios a disposición de las empresas para materializar la presencia en redes sociales.
- Descubrir la importancia de asegurar que la presencia online contribuye positivamente a la creación de la imagen de marca.
- Familiarizarse con las herramientas disponibles para el control de la presencia online.
- Acercarse a las nuevas tendencias en marketing digital y redes sociales.

- Conocer las diferentes alternativas de fuentes de ingreso que plantea el comercio electrónico.
- Analizar las especificidades del comercio electrónico respecto de sus principales pilares: el pago y los aspectos legales.
- Acercarse a una de las principales tendencias actuales en comercio electrónico: el comercio a través del móvil.

## Contenidos

<b>COMT066PO. Comercio en internet. Optimización de recursos</b>	<b>Tiempo estimado</b>
<p><b>Unidad 1:</b> Minimizar costes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Web 2.0 y mundo online.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Los principios de la web 2.0.</li> <li>○ La empresa 2.0: un mundo a nuestro alcance.</li> <li>○ Las relaciones internas y externas en la empresa 2.0.</li> <li>○ "Digitalizando" una empresa: Un mundo integrado, no paralelo.</li> </ul> </li> <li>• Ahorra en tiempo.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La red como fuente de información.</li> <li>○ Localizar partners, colaboraciones y proveedores.</li> <li>○ Evitar las esperas: Administración electrónica.</li> <li>○ Banca electrónica: Gestiones habituales.</li> <li>○ El tele-trabajo.</li> </ul> </li> <li>• No pagar, o pagar menos (dentro de la legalidad).                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ En los servicios informáticos: Cloud computing (pago por uso).</li> <li>○ En los programas informáticos: Software libre.</li> <li>○ En las comunicaciones: Voz sobre ip, videoconferencias, fax pc-pc, whatsapp...</li> <li>○ Comparadores en línea.</li> <li>○ Otras ideas.</li> </ul> </li> <li>• Clientes contentos, menos reclamaciones.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Atención al cliente on-line: email, chat.</li> <li>○ La atención al cliente en redes sociales.</li> <li>○ Los foros y su empleo como herramienta de asistencia.</li> <li>○ Quejas y reclamaciones: La rapidez en la respuesta.</li> </ul> </li> <li>• Ahorro en costes fijos.</li> </ul>	<b>17,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 01	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>19 horas</b>

<p><b>Unidad 2:</b> Aumentar los posibles clientes (marketing 2.0): Estrategias de marketing 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Crear una página? No siempre.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Un paso previo: Darnos a conocer con coste mínimo: Plataformas y directorios comerciales.</li> <li>○ ¿Crear una página?</li> <li>○ ¿Crear una página? Qué tienes que saber antes de crear una página web.</li> <li>○ ¿Cómo crear una web?</li> <li>○ Otras alternativas a una página web para vender online.</li> </ul> </li> <li>• Trasladar lo "tradicional" a internet.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Performance marketing (coste según resultados).</li> <li>○ La implantación de estrategias de marketing de resultados.</li> <li>○ El marketing de contenidos.</li> <li>○ Display (publicidad gráfica en la red).</li> <li>○ Publicidad en redes sociales.</li> <li>○ Email marketing.</li> <li>○ Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).</li> <li>○ Campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).</li> <li>○ Marketing experiencial online.</li> <li>○ Marketing de prescripción.</li> <li>○ Marketing de influencers.</li> <li>○ Marketing viral.</li> <li>○ Analizar, analizar y comprobar.</li> </ul> </li> <li>• Pensar "para" la red.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Producto + Precio + Plaza+ Promoción.</li> <li>○ La evolución de las 4Ps a las 4Cs.</li> <li>○ Contenido + Contexto + Conexión + Comunidad.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>18,30 horas</b></p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p>	<p><b>30 minutos</b></p>
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p><b>1 hora</b></p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p><b>20 horas</b></p>

<p><b>Unidad 3:</b> Aumentar los posibles clientes (marketing 2.0): Herramientas de marketing 2.0.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herramientas de marketing 2.0.</li> <li>• Herramientas sí, pero no todas para todo.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ E-product marketing.</li> <li>○ E-research.</li> <li>○ Herramientas de e-research.</li> <li>○ E-pricing.</li> <li>○ E-promotion.</li> <li>○ La implantación de estrategias de e-promotion.</li> <li>○ E- logistics.</li> <li>○ E-audit.</li> <li>○ El proceso de e-audit.</li> <li>○ E-commerce.</li> <li>○ E-advertising I.</li> <li>○ E-advertising II.</li> <li>○ E-branding.</li> <li>○ E-communication.</li> <li>○ E-PR.</li> <li>○ Las herramientas de E-PR.</li> <li>○ E-trade marketing.</li> </ul> </li> <li>• Automation marketing.</li> </ul>	<p><b>15,30 horas</b></p>
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 03</p>	<p><b>30 minutos</b></p>
<p>Actividad de Evaluación UA 03</p>	<p><b>2 horas</b></p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p><b>18 horas</b></p>
<p><b>Unidad 4:</b> Presencia en las redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que hablen de nosotros.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Del plan de marketing al social media plan.</li> <li>○ Del plan de marketing al social media plan: Diseño de un plan de social media marketing.</li> <li>○ Cómo difundir una idea en la web.</li> <li>○ Blogs y microblogs.</li> <li>○ Eventos para bloggers.</li> <li>○ Marketing viral.</li> <li>○ Redes sociales.</li> <li>○ Formatos publicitarios en redes sociales.</li> </ul> </li> <li>• Que hablen bien de nosotros.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ¿En qué espacios quiero (y debo) estar?</li> <li>○ Gestión de un proyecto en redes sociales.</li> <li>○ Monitorización y reputación.</li> <li>○ Detección y resolución de crisis 2.0.</li> </ul> </li> <li>• Mirar hacia el futuro: web 3.0 y marketing 3.0.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Web 3.0: Innovaciones.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>12,45 horas</b></p>

Cuestionado de Autoevaluación UA 04	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 04	<b>45 minutos</b>
Tiempo total de la unidad	<b>14 horas</b>
<p><b>Unidad 5:</b> Crear ingresos (comercio electrónico).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Soluciones antes de crear una tienda virtual. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Fuentes de ingresos en el comercio electrónico.</li> <li>○ Los sitios de afiliación y descuento.</li> <li>○ Market place.</li> </ul> </li> <li>• Quiero una tienda. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Coste de la tienda: SAAS (tiendas en la nube), open source (código abierto), soluciones a medida.</li> <li>○ Aspectos a los que atender: Catálogo de productos.</li> <li>○ Aspectos a los que atender: Proceso de registro, proceso de venta.</li> <li>○ Aspectos a los que atender: Integración con otros procesos de la empresa.</li> </ul> </li> <li>• Mejorar el proceso de cobro. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pedido y facturación online.</li> <li>○ Medios de pago offline: Contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.</li> <li>○ Medios de pago online: Tarjetas, Paypal.</li> <li>○ Lo último, pago por móvil.</li> </ul> </li> <li>• M-Commerce. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Comercio mediante móvil.</li> </ul> </li> <li>• Aspectos legales. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.</li> <li>○ Uso de cookies.</li> <li>○ Uso de cookies: Tipos de cookies.</li> <li>○ Contratación online.</li> <li>○ Cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.</li> </ul> </li> </ul>	<b>16,30 horas</b>
Cuestionario de Autoevaluación UA 05	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 05	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>18 horas</b>
Examen final	<b>1 hora</b>
<b>5 unidades</b>	<b>90 horas</b>