



MCR58. Tienda virtual y gestión del comercio electrónico



MCR58

Tienda virtual y gestión del comercio electrónico

El contenido formativo se adecúa a la unidad de competencia UC2185_3 del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (CNCP)

Duración: 35 horas

Modalidad: 100% online

Requisitos y conocimientos previos: no se requiere nivel académico previo, pero al ser en modalidad online es necesario poseer conocimientos básicos de informática, así como habilidades básicas de comunicación lingüística que permitan el aprendizaje y el seguimiento de la formación.



Objetivos

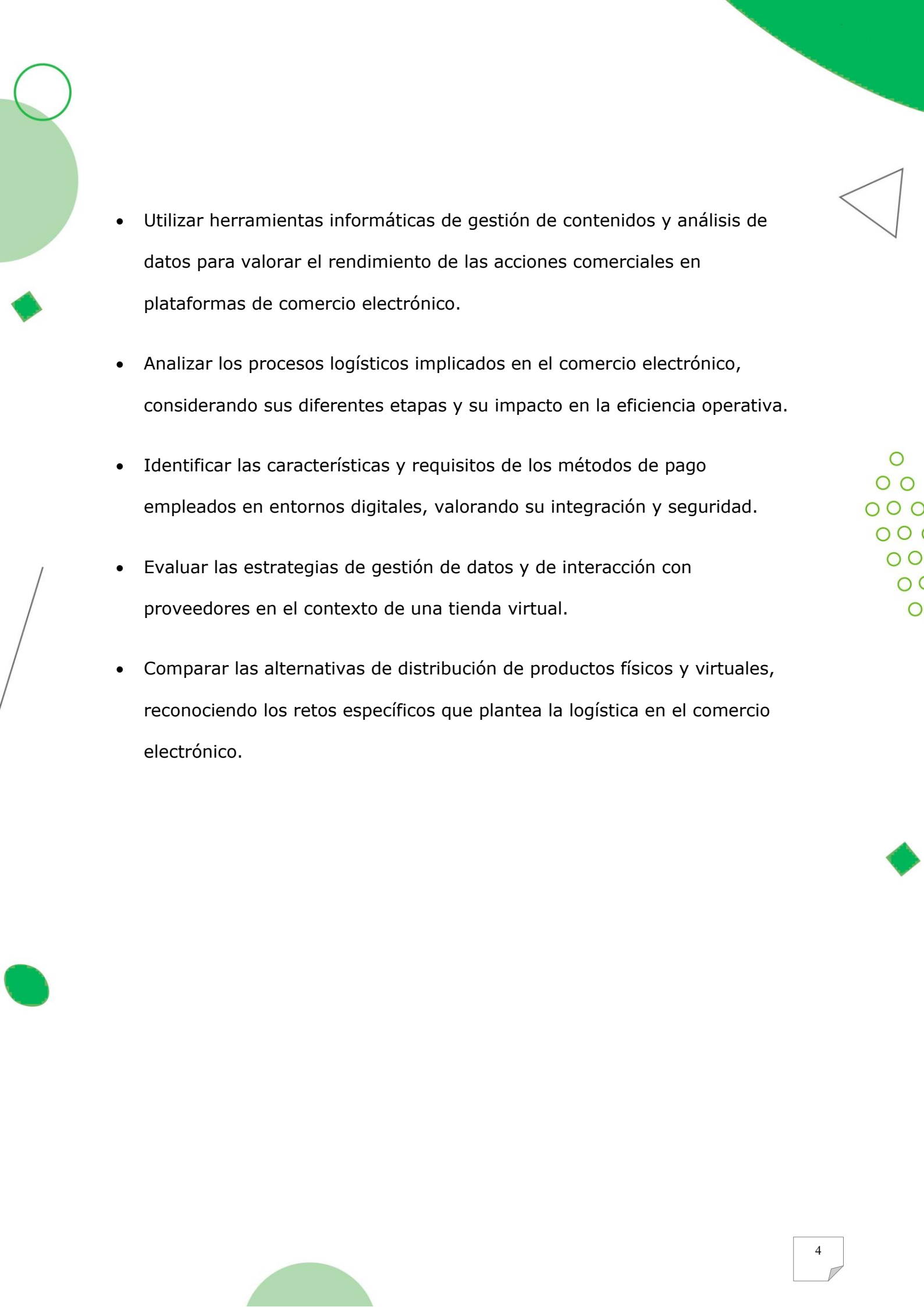


Objetivo general

- 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

Módulo 1. Creación de una tienda online [15h]

Unidad 1: Comercio electrónico: tiendas virtuales, modelos de negocio y regulación internacional.

1. La tienda on-line
 - 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
 - 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
 - 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
 - 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

Módulo 2. Elaboración del plan de marketing [9h]

Unidad 1: Publicidad multicanal y planificación de marketing digital.

- 1. Diseño y estructura de una tienda virtual
 - 1.1. Nombre o dominio de una tienda virtual
- 2. Elaboración de publicidad según los canales
 - 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
 - 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
 - 4.1. Comercio electrónico a través de plataformas digitales
 - 4.2. Creación de informes sobre ventas online. Google Analytics

Módulo 3. Logística y métodos de pago de las tiendas online [10h]

Unidad 1: Logística aplicada y métodos de pago en comercio electrónico.

1. Aplicación de la logística

- 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

- 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