



## **COMT0008. Comercio en internet. Optimización de recursos.**

**Sku:** PS\_COMT0008

**Horas:** 90

**Formato:** HTML

### **OBJETIVOS**

- Comprender los principios de la Web 2.0 y la digitalización de la empresa como parte de una serie de medidas para encontrar Partners, proveedores e información pertinente para trasladarse a la red y aumentar el número de clientes.
- Conocer y aplicar las labores de marketing en la Red desarrollando un conocimiento de las tendencias que existen, los medios para lograr viralizar y difundir contenidos y desarrollar una marca personal reconocible con una buena reputación que sirva para el comercio en línea.
- Elaborar y mantener en el tiempo una marca personal en internet a través de las redes sociales para llamar la atención de las partes interesadas.
- Aplicar soluciones para gestionar y mantener un negocio en línea y generar ingresos desarrollando una marca personal de buena reputación.

### **CONTENIDOS**

- **Unidad 1. Minimización de costes en el comercio en internet.**
  - Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas
    - Conocimiento acerca de la Web 2.0 + mundo online.
    - Asimilación de los principios de la Web 2.0.
    - Comprensión de La empresa 2.0
    - Digitalización de una empresa.
    - Gestión adecuada del tiempo.
    - Uso de la red como fuente de información.
    - Localización de partners, colaboradores y proveedores.
    - Administración electrónica.
    - Gestión de la banca electrónica.
    - Seguimiento de la normativa respecto a la reducción inversión económica.

- Conocimiento de los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.
    - Gestión de las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, what app...
    - Gestión exitosa de clientes.
    - Atención al cliente on-line: eMail, chat.
    - Uso de los foros y su empleo como herramienta de asistencia.
    - Gestión de las quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta
  - Habilidades de gestión, personales y sociales
    - Pérdida del "miedo" a las nuevas tecnologías.
    - Concienciación de la importancia de avanzar en la gestión digital de trámites
    - Concienciación de la importancia de adoptar medidas para posicionarse en internet.
- **Unidad 2. Aumento de los posibles clientes (marketing 2.0).**
- Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas
    - Indicación de cuando crear una página
    - Uso de plataformas y directorios comerciales para darse a conocer.
    - Aplicación de los pasos fundamentales para crear una página web.
    - Traslado del procedimiento clásico del marketing a la red.
    - Realización de performance marketing (coste según resultados).
    - Realización de Display (Publicidad gráfica en la red).
    - Uso del Email Marketing.
    - Organización de campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).
    - Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).
    - Procedimientos de análisis.
    - Realización de marketing en línea teniendo en cuenta contexto, producto y comunidad.
    - Identificación de las herramientas adecuadas.
    - Uso de eProduct marketing.
    - Uso de eResearch.
    - Uso de ePricing.
    - Gestión de ePromotion y eAudit.
    - Gestión de eCommerce.
    - Gestión de eAdvertising .
    - Gestión de eBranding.
    - Realización de trade eMarketing.
    - Realización de eCommunication.
  - Habilidades de gestión, personales y sociales
    - Ser consciente de la importancia de elaborar un plan de marketing adaptado a cada entidad.
    - Ser consciente de las ventajas de desarrollar una marca personal reconocible y competente.
    - Apreciar el aumento de productividad derivado de la gestión de los procesos de la empresa a través de internet.

- **Unidad 3. Presencia en las redes sociales.**

- Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas
  - Establecimiento para el contacto con interesados.
  - Evolución del Plan de marketing al Social media Plan.
  - Conocimiento de cómo difundir una idea en la web.
  - Gestión de Blogs y microblogs (eventos para bloggers).
  - Realización del Marketing viral.
  - Gestión de redes sociales.
  - Formatos publicitarios en redes sociales.
  - Que hablen bien de nosotros.
  - Identificar el espacio adecuado para estar.
  - Gestión de un proyecto en redes sociales.
  - Monitorización y reputación.
  - Detección y resolución de crisis 2.0.
  - Asimilación de la relación entre Web 3.0 y marketing como futuro.
- Habilidades de gestión, personales y sociales
  - Organización de las redes sociales de la organización.
  - Monitorización de la reputación de nuestra marca personal.
  - Conciencia de la importancia de atender con rapidez las quejas e incidencias.

- **Unidad 4 Creación de ingresos (comercio electrónico).**

- Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas
  - Identificación de soluciones antes de crear una tienda virtual.
  - Identificación de los sitios de afiliación y descuento.
  - Conocimiento del concepto de Market Place.
  - Conocimiento acerca del coste de una tienda: Saas (tiendas en la nube), Open Source (código abierto), soluciones a medida.
  - Identificación de los siguientes aspectos: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.
  - Identificación de métodos para mejorar el proceso de cobro.
  - Realización del pedido y facturación onLine.
  - Identificación de los medios de pago offLine: contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.
  - Identificación de los medios de pago onLine: tarjetas, Paypal.
  - Conocimiento de los procedimientos para pagar por móvil.
  - Conocimiento del M-Commerce.
  - Realización del comercio mediante móvil.
  - Aspectos legales.
  - Comprensión de las obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.
  - Uso de cookies.
  - Contratación online.
  - Conocimiento acerca de cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.
- Habilidades de gestión, personales y sociales
  - Tomar conciencia de las ventajas y riesgos del comercio electrónico

- Tomar conciencia de la necesidad de proteger los datos de carácter personal
- Disposición a incrementar los procesos de compra venta a través de la red.