

TIENDA VIRTUAL Y GESTIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

N.º expediente: PS20240068

N.º acción: 3

N.º grupo: 101

Entidad: CENTRO FORMACIÓN AFS, S.L

Horas: 35h

Modalidad: Teleformación

Responsable: Sara Sánchez

Email: sarasanchez@afsformacion.com

Telf.: 625 03 60 12

PROGRAMACIÓN

OBJETIVOS:

Objetivos generales:

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

Objetivos específicos:

- Crear la tienda online, teniendo en consideración su impacto internacional y las herramientas disponibles para hacerla.
- Describir los diferentes canales de promoción y aplicación de un plan de marketing para la tienda online.
- Identificar la logística en las tiendas online y los diversos métodos de pago.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: CREACIÓN DE UNA TIENDA ONLINE

- Descripción de la tienda on-line
 - El e-commerce
 - Pros y contras del comercio electrónico
 - Tipo de tiendas virtuales (B2B, B2C, B2B2C)
- Identificación de modelos de negocio online según:
 - Tipo de venta
 - Orientación
 - Dispositivos
 - Aspectos legales
 - Fiscalidad
 - Tributación
 - Legislación aplicable
 - Protección de datos
- Identificación de las herramientas para crear una tienda online
 - Estructura previa
 - Puesta en marcha
 - Normativa sobre protección de datos y comercio electrónico
 - Publicidad y marketing online
- Aplicación el comercio online internacional
 - Características del cliente por países
 - Medios de pago internacionales.
 - Legislación por países (Impuestos directos e indirectos aplicables)
 - Procesos de reclamación y atención al cliente internacional.
 - Exportación de productos.
 - Distribución internacional.

MÓDULO 2: ELABORACIÓN DEL PLAN DE MARKETING

- Elaboración de publicidad según los canales
 - Catálogos online
 - Publicidad de la tienda online
 - Redes sociales
- Diseño de un Plan de marketing
 - El proceso de venta por Internet.
 - Técnicas de captación y fidelización de clientes.

MÓDULO 3: LOGÍSTICA Y MÉTODOS DE PAGO DE LAS TIENDAS ONLINE

- Aplicación de la logística
 - Proceso de compras
 - El transporte urgente
 - Gestión de los datos.
 - Gestión con proveedores y sala de producción.
 - Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa.
 - Distribución de productos virtuales.
 - Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico.
 - Información de seguimiento vía Internet.
- Clasificación del método de pago
 - No integrados.
 - Integrados – pasarela de pagos.
 - Tarjetas de crédito
 - Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Para que el alumno consiga la acreditación es imprescindible que:

- Realice los test de autoevaluación que se encuentran al final de cada módulo del contenido y obtengan al menos un 5.
- Realice el test de autoevaluación final y obtengan al menos un 5.
- Realice la actividad práctica final y obtengan al menos un 5.
- Visualice el contenido de la plataforma de teleformación de tal forma que el porcentaje del estado de finalización en el que se encuentran los contenidos, el cuestionario previo, los test de cada módulo, el test final y la actividad práctica final sea superior al 75%.