

CURSO SUPERIOR EN COMERCIO ELECTRÓNICO (CSCE) 60 horas

Proposición Única de Venta:

“ Conocerás todo el proceso de cómo vender con éxito a través de internet”

Objetivos generales CSCE:

El objetivo fundamental del curso es capacitar al profesional o futuro profesional en crear y desarrollar un negocio a través de internet.

Objetivos específicos:

En el curso superior se capacitará al profesional en:

- Los aspectos más estratégicos que debemos abordar en un proyecto de creación de una tienda virtual como son: la creación de un posicionamiento, el desarrollo de contenidos, creación de las ofertas y servicios, la integración con el negocio tradicional.
- Aspectos técnicos y de recursos necesarios del front y back office, necesarios para la puesta en marcha y buen funcionamiento de una tienda-on line.
- Aspectos más operativos –y fundamentales- : la generación de visitas a la web, cómo incentivar su entrada, incrementar el valor del cliente on line, cómo lograr pasar del interés a la compra, mejora de usabilidad.
- Aspectos fundamentales como son la seguridad en las transacciones en internet, los aspectos legales relacionados con los servicios de la sociedad de la información y las soluciones logísticas para el correcto cumplimiento del servicio, son materias también abordadas a lo largo del curso.

A quién va dirigido:

- Profesionales o futuros profesionales del marketing, comunicación, publicidad y / o venta.
- Responsables de comercio electrónico
- Responsables de e-business
- Responsables de e-marketing
- Profesionales de agencias y consultoras interactivas

Titulación:

- Diploma en Comercio Electrónico: co-firmado por ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing) e ICEMD (El Instituto de Comercio Electrónico y Marketing Directo).

Programa

1.- Cómo Planificar y Desarrollar un Plan Estratégico de comercio electrónico:

- Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias
- Modelos de negocio de comercio electrónico.
- DAFO Comercio electrónico Español
- Segmentación del e-consumidor: Perfiles, análisis cluster, valoración económica y análisis de la demanda
- Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo
- Factores Críticos de Éxito en el comercio electrónico
- Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta
- Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio
- Cuadro de mando integral en negocios on line

2.3- Puesta en Marcha: ¿Cómo Crear o Adaptar un Negocio On Line (I): Back End :

- Estructura tecnológica: modelo de tres capas
- Diseño del work-flow e integración de sistemas
- La importancia de la palabra facturación y cobro
- Servicio de atención al cliente: CRM, contact center, marketing inverso, servicio post venta
- Tracking
- Caso Real: ya.com

4.5- Puesta en Marcha: ¿Cómo construir una website de éxito en comercio electrónico? (II): Front End:

- Catalogo y contenidos: verificación, procesado, herramienta de catalogo
- Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end
- Flujos de caja y financiación
- Zonas calientes
- Zona de usuario
- Carrito de la compra

6. Workshop

7.- Aspectos jurídicos en el comercio electrónico

- LOPD
- Impuestos indirectos
- LSSI

8.- Financiación de proyectos de comercio electrónico:

- Idea de una idea
- Business plan y plan comercial
- Fuentes de financiación propias: amigos, familiares, nosotros mismo
- Fuentes de financiación externas: angels, capital riesgo, inversionistas.. ¿Cómo convencerles?
- Puesta en marcha y reporting de resultados

9- Venta de contenidos de pago

- Productos digitales: Como se venden
- De lo gratuito al pago por visualización
- Descarga, real media, tv internet, Secondlife.... ¿Web 3.0 como solución?

10.- Workshop

11 12. Acciones de captación enfocada a comercio electrónico

- Política de captación: ¿solo branding?
- Acciones de cross marketing: aprovechar el offline para catapultar el online
- Herramientas más eficaces: email mk, SEM, SEO, afiliación, campañas en sites afines...

13.- Fidelización en comercio electrónico: Cómo incrementar las ventas de clientes

- Creación de programas de fidelización eficaces
- Programas de éxito on line
- Redes de afiliación propias: ¿Cómo construirlas?
- Redención de puntos, e-bonus, dinero, premios, sorteos.. ¿Cuál es más eficaz?

14.- Como realizar comercio electrónico internacional

- Características del cliente por países: ¿Dónde vendemos más?
- ¿Qué vendemos?
- 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

15.- Cómo Gestionar la Logística y Fulfillment en el Comercio Electrónico

- Importancia de la logística en el comercio electrónico
- El transporte urgente aplicado al comercio electrónico
- Gestión de los datos
- Gestión con proveedores y sala de producción
- Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa
- Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos
- Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales.
- Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico
- La logística aplicada al comercio electrónico
- Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido
- Información de seguimiento vía Internet

16.- Seguridad en los Medios de Pago On Line

- Sistemas de pago no integrados
- Sistemas de pago integrados – pasarela de pagos
- Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio
- 3D Secure
- Internet Mobile Payment
- Modelos de negocio de los diferentes actores
- Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil

17.- Comercio Electrónico en un Entorno B2B

- Modelos de negocio de los e-marketplaces
- Agregadores horizontales / verticales
- De catálogos a e-catálogos
- Conflicto de canales, conflictos de medios y e-marketing híbrido
- Supply Chain management
- E_Procurement
- E-Marketplace
- Modelos de Negocio Avanzados

18.- Comercio Electrónico en Dispositivos Móviles e ITV

- M-commerce: ¿Qué se vende a través del móvil?
- M-commerce: la importancia de la usabilidad y adaptación del producto al dispositivo
- T-commerce: ¿Qué productos se venden a través de la interactividad?,
- T-commerce: Dependencia de la tecnología: TDT, Cable y Satélite

19.20- Examen y presentación de proyectos