

COMM32 PROGRAMA AVANZADO EN DISEÑO Y DIRECCIÓN DE SERVICIOS DIGITALES

Metodología

Teleformación

Duración

60 horas

Objetivos Didácticos

Analizar el entorno empresarial y su influencia en el comportamiento de las personas consumidoras y productoras para implementar un negocio en Internet.

Temario del curso

Módulo 1: El comercio online y ecosistema tecnológico

- **Identificación de los principales elementos del comercio electrónico**
 - Los 3 niveles del comercio electrónico
 - Ventajas e inconvenientes del e-commerce
 - Categorías de comercio electrónico según el tipo de vendedor y comprador
 - Etapas en el desarrollo del comercio electrónico
- **Descripción de los mercados electrónicos**
 - Componentes del mercado electrónico
 - Tipos de clientes según el mercado electrónico
 - Vendedores en mercados electrónicos
 - Infraestructura de mercados electrónicos
 - Oportunidades y retos en mercados electrónicos
 - Crecimiento exponencial de los usuario/as y las ventas
 - Factores que pueden frenar el crecimiento del comercio electrónico
 - Promoción del uso de infraestructuras digitales energéticamente eficientes
- **Evolución y servicios en internet**
 - Hosting web para tu negocio
 - Hospedaje web según las necesidades del negocio: pequeño y mediano sitio web, y el gran sitio web de tipo de empresa
- **Enumeración de las cuestiones a tener en cuenta en el hospedaje web**
 - La Red Digital de Servicios Integrados (ISDN o RDSI)
 - Digital Subscriber Line (DSL)
 - Niveles de soporte
 - Diferenciación entre intranet y extranet
 - Conceptualización de una intranet
 - Desarrollo de intranets según el tipo de función empresarial

- Utilidad de la extranet en el contexto empresarial
- Aplicabilidad de una intranet y una extranet

Módulo 2: Comercio electrónico para empresas y consumidores: claves del B2B y B2C

- **Descripción del Business to Business (B2B)**
 - Características y claves del B2B
 - Tipos de mercados electrónicos B2B, verticales y horizontales
 - La cadena de suministro (supply chain) en el B2B
 - Beneficios de internet y el B2B para la cadena de suministro
- **Aplicación de Marketplace**
 - El marketplace como un elemento generador de oportunidades de negocio
 - Características del marketplace
 - Principales ventajas de participar en un Marketplace
Marketplace privados sell-side (one to many) y buy-side (eprocurement)
 - Distribuidores y el comercio electrónico B2B
 - Marketplaces públicos (many to many)
- **Análisis del Business to Consumer (B2C)**
 - Comercialización de productos online
 - Crecimiento del mercado B2C y modelos de venta digital (etailing)
- **Enumeración de puntos de venta (B2C)**
 - Tiendas virtuales y/o electrónicas y elementos que la componen
 - Suscripciones
 - Venta a través de redes sociales
 - Estrategias de marketing verde en campañas digitales

Explicación del infomediario

- Tipos de infomediario
- Modelos de negocio a través del uso de infomediario
- Los metamediarios

Módulo 3: Marketing digital y procesos de captación y fidelización online

- **Interpretación del marketing en internet**
 - Posicionamiento en buscadores
 - Palabras clave de búsqueda (características, títulos, meta description, url, ...)
 - HTML body structure
- **Clasificación de la publicidad online**
 - Distinción entre tipos de publicidad online
 - Contratación de la publicidad online
 - Ventajas y desventajas de la publicidad online
 - Programas de afiliación
 - Plataformas de e-mail marketing (mailchimp)
 - Explicación del marketing relacional 2.0
 - Marketing relacional como eje de ventas
 - Estrategias off-line vs. Online
 - Fidelización de clientes en la red
- **Aplicación de los social media**
 - Categorías de social media
 - La Social Media Optimization (SMO)
 - Las 12 reglas del SMO

- Uso de redes sociales (Facebook adds, X, TikTok, ...)
- **Análisis de las soluciones tecnológicas**
 - Sitios web grandes y de clase-empresa
 - Sitios web medianos y pequeños
 - Software para la administración de existencias
- **Aplicación de los principios generales del mobile marketing**
 - Del 1G al 4G: las generaciones de comunicaciones móviles
 - Introducción al 5G
 - Funcionamiento de una red de telefonía móvil
 - Elementos que potencia el desarrollo de marketing

Módulo 4: Métodos de pago, seguridad, logística y normativa

- **Caracterización del M-marketing**
 - Banca móvil y pagos con el móvil
 - Compras inalámbricas
 - Aplicaciones móviles para B2B
 - Mobile marketing basado en la localización
- **Análisis del pago a través de internet**
 - Certificado digital
 - Sistemas de pago online; tarjetas de crédito, pagos por cheque, pagos a través de móvil pagos a través de aplicaciones (PayPal o Bizum)
- **Descripción de la seguridad en el comercio electrónico**
 - Ataques de denegación de servicio
 - Mecanismos de defensa; líneas de defensa, cortafuegos, autenticación y autorización, contraseña e ID de usuario/a, confidencialidad
 - La seguridad de las tarjetas de crédito
- **Descripción de la función de la logística en el comercio electrónico**
 - La función logística en el comercio electrónico
 - El dilema del paquete pequeño
 - Tipos de modelos de cumplimentación de pedidos
 - Optimización de la logística para reducir emisiones
 - Composición del marco normativo y de protección de datos
 - Marco normativo de referencia
 - Reglamento de protección de datos
 - Derechos de la persona afectada; rectificación y cancelación
 - Normativa sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico
 - Tipos de infracciones y sanciones