

PROGRAMA TÉCNICO

TÉCNICO EN COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE)

Programa Técnico



ÍNDICE

TÉCNICO EN COMERCIO ELECTRÓNICO (E-COMMERCE)	1
Programa Técnico.....	1
1. CARACTERÍSTICAS	3
1.1. DESCRIPCIÓN BREVE DEL CURSO	3
Horas Certificadas	4
Plazo máximo de realización	4
Modalidad	4
1.2. HORAS CERTIFICADAS Y MODALIDAD	4
1.3. DESTINATARIOS	4
2. OBJETIVOS	4
3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN	4
3.1. METODOLOGÍA	4
3.1.1. A distancia/ online.....	5
3.1.2. Online	5
3.2. EVALUACIÓN.....	5
4. PROGRAMA	6
Módulo 1: Introducción al Comercio Electrónico.....	6
Módulo 2: El Escenario Tecnológico.....	6
Módulo 3: Comercio Electrónico entre Empresas (B2B)	6
Módulo 4: Comercio Electrónico de Empresa a Consumidor (B2C)	7
Módulo 5: Modelos de Negocio en el Comercio Electrónico	7
Módulo 6: Mecanismos de Pago y Aspectos de Seguridad	7
Módulo 7: Gestión de contenidos.....	7
Módulo 8: Marketing en Internet	7
Módulo 9: Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico.....	8
Módulo 10: La Importancia de la Logística en el Comercio Electrónico.....	8
5. PROFESORADO	8
6. CERTIFICACIÓN	9
7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA	9
8. FORMAS DE PAGO	9
9. CONTACTO	10

1. CARACTERÍSTICAS

1.1. Descripción breve del curso

El auge de Internet como medio eficaz y rentable, está favoreciendo a una mayor inversión por parte de las empresas en acciones comerciales en formato electrónico en la Red. La actividad comercial en general y, también en Internet, se sitúa en la base de la actividad económica: todo se produce, se elabora o se desarrolla para ser vendido, intercambiado o consumido. Precisamente por ello, Internet se presenta como una gran ventaja a la hora de vender, intercambiar, e, incluso, consumir en tiempo real, sin necesidad de tomar en cuenta las barreras de tiempo-espacio.

El comercio electrónico es una de las estrategias de crecimiento comercial puesta en marcha en los últimos años en el ámbito empresarial. El auge de Internet como medio eficaz y rentable, está favoreciendo a una mayor inversión por parte de las empresas en acciones de marketing y publicidad en formato electrónico en la Red.

Asimismo, las características propias del medio, el enorme abanico de oportunidades comunicativas que nos puede ofrecer y su rápido alcance, hace que los departamentos de comunicación y marketing presten cada vez más importancia a Internet como herramienta de comunicación.

Además, la creciente tendencia del uso del teléfono móvil de alta generación contribuye a un mayor uso de Internet, sin importar cuándo ni dónde, por lo que se hace más que preciso una continua innovación que permita desarrollar estrategias de comunicación adecuadas a las características del medio.

El programa de curso Técnico de E-Commerce que ofrece CLAY Formación, brinda al alumno una visión actual de la actividad empresarial, además de obtener la capacitación, habilidades y técnicas adecuadas para desarrollar una estrategia lo más adaptada posible al contexto actual y a las características y expectativas propias de cada empresa.

1.2. Horas Certificadas y Modalidad

Horas Certificadas	100
Plazo máximo de realización	3 meses
Modalidad	A distancia/ On Line

1.3. Destinatarios

Licenciados y Diplomados en Publicidad, Marketing, Comunicación, Periodismo, Relaciones Públicas, Psicología (entre otras) y Profesionales del Sector que desean ampliar conocimientos. Además también pueden acceder a esta formación estudiantes de último año de carrera.

2. OBJETIVOS

La finalidad principal de este curso es alcanzar el nivel formativo óptimo para el desempeño del trabajo diario en el área de las nuevas tecnologías aplicadas al departamento de marketing/comercial: el comercio electrónico.

3. METODOLOGÍA Y EVALUACIÓN

3.1. Metodología

Nuestra escuela trabaja para conseguir formar a profesionales perfectamente capacitados.

En nuestros cursos **el alumno es el verdadero protagonista** de su formación y el tutor le acompaña, a modo de guía o mentor, en su proceso de aprendizaje.

Por ello, en cada curso el alumno cuenta con un **Tutor Personalizado** que se encarga de velar por su proceso de aprendizaje. Resolviendo sus dudas y asesorándole.

Nuestra máxima es conseguir que el alumno aprenda a través del estudio y la práctica "Aprender haciendo" ("Learning by doing").

Por eso, nuestro campus, cuenta con **herramientas de comunicación** y colaboración que convierten las acciones formativas en, sencillas, amenas y, sobre todo, dinámicas. Estas herramientas son: los foros de debate, chats, mensajería interna, correo electrónico, etc.

A continuación se detallan las dos modalidades que ofrecemos a nuestros alumnos:

3.1.1. A distancia/ online

Este tipo de modalidad incluye:

- Envío de material al domicilio del alumno (gastos de envíos incluidos en el precio del curso)
- Plataforma educativa: disponible las 24 horas del día, todos los días del año.

(Esta modalidad sólo está disponible para alumnos residentes en territorio español, incluido Islas Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla)

3.1.2. Online

Este tipo de modalidad supone la completa realización del Programa Formativo a través del Campus Virtual. Incluye toda la documentación y material didáctico necesario para la realización completa de los estudios. No precisa de traslados para evaluaciones.

3.2. Evaluación

La evaluación se llevará a cabo a través de la realización de casos prácticos. Éstos están basados en casos reales extraídos del mundo laboral, de manera que el alumno podrá aplicar los conocimientos adquiridos en su futuro trabajo o en el que ya desempeña. Una vez estudiado el material didáctico en profundidad, el alumno debe

realizar todos los casos prácticos propuestos y enviarlos a su tutor personal para su corrección.

Si cumple con los objetivos marcados en los ejercicios y están suficientemente desarrollados, el equipo de tutorías le enviará una hoja de evaluación con aquellas anotaciones que considere oportunas. En el caso de que la calidad de dichos ejercicios no llegue a los mínimos establecidos, los tutores se pondrán en contacto con usted con el fin de asesorarle en su mejora.

Se dará por concluido el curso cuando se hayan superado positivamente todos los casos prácticos.

4. PROGRAMA

Módulo 1: Introducción al Comercio Electrónico

Tecnologías de la Información y la Comunicación. Definición de Comercio Electrónico. Comercio Electrónico: Elementos Fundamentales. Nuevas Oportunidades. Nuevos Retos y Posibles Dificultades. Nuevos tipos de intermediarios. Modalidades de Comercio Electrónico.

Módulo 2: El Escenario Tecnológico

Evolución y Servicios en Internet. Redes. Protocolos de Comunicación en Internet. Dominios. Intranets. Extranets. Sitios Web: Estructura y Características. Lenguajes de programación web.. XML. Software libre Versus Software de propietario.

Módulo 3: Comercio Electrónico entre Empresas (B2B)

Definición de B2B. Tipos de Modelos de negocio en el B2B. Utilidad del B2B para las compañías. Modelo de compras (e-Procurement). Suministros (e-Purchasing). EDI como

sistema de intercambio electrónico entre empresas. Marketplaces. El B2B para las Pymes. Aspectos técnicos del B2B. Mercado del B2B.

Módulo 4: Comercio Electrónico de Empresa a Consumidor (B2C)

Introducción. Necesidades y Beneficios del B2C. Soluciones para el Comercio Electrónico B2C. Tienda Virtual. Centro Comercial o Mall Virtual. Los Infomediarios y el paso a la web 2. Los Blogs: un caso especial. La web 3. Mercado del B2C. Cómo llevar a la práctica un proyecto B2C.

Módulo 5: Modelos de Negocio en el Comercio Electrónico

Introducción. El paso de la web 1.0 a web 2.0. Clasificación general de Modelos de Negocio en Internet. Clasificación de los modelos de negocio de acuerdo con los participantes. Servicios Financieros y Banca Virtual. Los 15 sitios web que han cambiado el mundo y pertenecen a web 2.0.

Módulo 6: Mecanismos de Pago y Aspectos de Seguridad

Cuestiones Generales sobre el Pago por Internet. El mecanismo de compra en el comercio electrónico. Sistemas de pago en Internet. Los sistemas de pago en el Comercio Electrónico B2B. Aspectos de seguridad de las transacciones en Internet. Condiciones necesarias para la seguridad en el comercio electrónico. Cómo funcionan los métodos de cifrado. Mecanismos de certificación y firma digital. El DNI electrónico o eDNI. Protocolos de seguridad en las transacciones: PGP, SSL y SET.

Módulo 7: Gestión de contenidos

Organización de la Información. Organizando Sitios Web. Organizaciones temáticas. Diagramas Organizativo, funcionales y de producto. Los sistemas de gestión de contenidos. Técnicas para esquematizar contenidos. Conclusiones.

Módulo 8: Marketing en Internet

Principales rasgos del marketing en Internet. Elementos de marketing en un sitio web. Características de la Publicidad en Internet. Mecanismos de promoción de un sitio web.

Medición de la efectividad de la publicidad on-line. La gestión de la relación con el cliente: CRM.

Módulo 9: Aspectos Jurídicos del Comercio Electrónico

Introducción. Los inconvenientes jurídicos de la contratación electrónica. La normativa española y comunitaria en materia de contratación electrónica. Cuestiones legales acerca de la propiedad intelectual en Internet. Consideraciones sobre Fiscalidad en Internet. La normativa en materia de protección de datos en Internet. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSICE).

Módulo 10: La Importancia de la Logística en el Comercio Electrónico

Introducción. El comercio electrónico y sus imperativos en el ámbito de la distribución física. Las empresas que brindan servicios logísticos. Particularidades de la distribución en el comercio electrónico. Gestión de la devolución de productos.

5. PROFESORADO

Los contenidos de todos nuestros Masters y Cursos han sido diseñados y desarrollados por un claustro de profesores expertos en cada una de las materias, garantizando un carácter práctico y pedagógico.

Consultores senior y junior, expertos en cada área de conocimiento, son responsables de la atención a nuestro alumnado y de la actualización de los contenidos del Campus Virtual.

El grupo de tutores atiende de forma personalizada al alumno, le orienta sobre el estudio de la materia, responde a las dudas que le surjan y dinamiza la participación de estudiantes de diferentes culturas empresariales en espacios de discusión e intercambio.

6. CERTIFICACIÓN

Una vez finalizado este curso el alumno recibirá un certificado expedido por CLAY Formación Internacional y la Escuela Europea de Dirección y Empresa (EUDE), y homologado por las siguientes instituciones que garantizan y certifican la calidad de nuestros estudios:

AEEN (Asociación Española de Escuelas de Negocios)

ANCED (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia)

7. INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA

Para realizar la inscripción tiene las siguientes opciones:

- Contactar a través del correo electrónico con el consultor/a que le ha enviado esta información
- Enviar un correo a la dirección cursos@clayformacion.com donde indique sus datos personales para ponernos en contacto con usted
- Si reside en España puede llamar al teléfono **902 36 73 76** pero si quiere llamarnos desde otro país tendrá que marcar **0034 923 19 19 62**

8. FORMAS DE PAGO

Contamos con las siguientes formas de pago:

- Transferencia o ingreso bancario
- Tarjeta de crédito (pago on-line)
- Domiciliación bancaria
- Contra reembolso
- Western Union

9. CONTACTO

Para cualquier duda o cuestión relativa al curso, puede ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono:

CLAY Directo (España): 902 36 73 76

International Calling: (34) 923 19 19 62

Fax: 923 13 48 80

Mediante el correo electrónico: cursos@clayformacion.com o el correo de su consultor/a personal.