



## **Curso Técnico en E-Commerce**

<b>Tipo</b>	<b>Técnico</b>	<b>Modalidad</b>	<b>Blenden E-Learning</b>
<b>Duración</b>	<b>100 horas</b>	<b>Precio</b>	<b>Consultar</b>

## Curso Técnico en E- Commerce

### Presentación

---

Este curso está diseñado y dirigido a todas aquellas personas que interesadas en las perspectivas de negocio que genera la RED, unido al cuidado de la imagen y diseño que supone las diferentes presentaciones en internet.

Una vez finalizado el curso el alumno conocerá a fondo aspectos tan determinantes como la creación y desarrollo de páginas web, banners, pop ups, etc., en flash, aplicando los diseños más dinámicos e innovadores que hoy en día se pueden hacer. De igual modo podrá aplicar las estrategias de publicidad básicas tanto en el mercado tradicional como en RED. Por último no hemos querido olvidar el enseñar a las diferentes técnicas de comercio electrónico que se están aplicando hoy en día en Internet, como camino para: crear o ampliar negocio.

El **Blended Learning** supone una verdadera alternativa a la formación tradicional y totalmente distinta a la semipresencial (metodología basada en simples clases de apoyo). Por un precio realmente competitivo, el alumno dispone de la posibilidad de realizar cómodamente su formación a distancia, con la ayuda personalizada de todo un equipo de tutores y al mismo tiempo llevar a cabo las sesiones de trabajo en grupo necesarias, para adquirir la visión práctica que requiere el programa.

Otra de las ventajas que presenta esta modalidad de formación, es la posibilidad de poder incorporarse en cualquier momento del año, sin las rigideces que suponen las convocatorias cerradas.

Antes de iniciar el programa, el alumno tiene disponibilidad de poder diseñar su propio calendario académico, pudiendo incluso realizar los oportunos ajustes una vez iniciado el mismo, en caso de que fuera necesario.

Esta nueva alternativa de formación, sería imposible llevarla a cabo sin contar con un equipo de profesionales consolidado y con experiencia suficiente en dos áreas tan diferentes como son la formación presencial y distancia/on-line.

### Objetivos

---

**ESPECIALIZACIÓN.** La finalidad principal de este postgrado 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.

## Metodología

---

En EUDE transformamos la distancia en una oportunidad para la formación. Aprovechamos las nuevas tecnologías para acompañar, aconsejar y ayudar al alumno en este fascinante viaje a través del aprendizaje.

El alumno recibirá el temario, dependiendo de sus necesidades, en formato papel o digital, a través de manuales, CD-ROM o mediante el propio Campus Virtual de la escuela.

Todas las lecciones han sido desarrolladas por profesionales en la materia. Cada uno de los temarios están adaptados a la práctica de modo que resulten amenos, cercanos y, cuanto más, prácticos. La estructura común de éstos es de la siguiente manera: prólogo, módulos, anexos, casos prácticos, bibliografía y glosario. Además, cada tema va acompañado de cuestionarios que permitirán al alumno afianzar sus conocimientos y medir su ritmo de estudio.

En el apartado de Casos Prácticos, que se puede encontrar al final de cada manual, se plantean los ejercicios que permitirán evaluar el aprovechamiento del estudiante.

El equipo de tutores, especialistas en las diferentes áreas de estudio, atenderá a los alumnos a través del teléfono, email, campus virtual o, si fuese necesario, con una reunión presencial (previa cita).

El campus virtual es una herramienta muy útil en el estudio dado que funciona como un foro de encuentro y un espacio de comunicación favoreciendo así la motivación de los estudiantes. En él, el alumno tendrá a su disposición actividades de refuerzo, anexos de documentación, enlaces de apoyo y espacios de participación.

La lectura de la guía de estudios, que el alumno recibirá con el material de estudio o que puede encontrar en el campus virtual, le ofrece mucha más información sobre la organización del tiempo y la localización de recursos, además de aconsejarle sobre la metodología de estudio más adecuada.

### Modalidad: Blended E- Learning

El **Blended Learning** supone una verdadera alternativa a la formación tradicional y totalmente distinta a la semipresencial (metodología basada en simples clases de apoyo). Por un precio realmente competitivo, el alumno dispone de la posibilidad de realizar cómodamente su formación a distancia, con la ayuda personalizada de todo un equipo de tutores y al mismo tiempo llevar a cabo las sesiones de trabajo en grupo necesarias, para adquirir la visión práctica que requiere el programa.

### Material

En la modalidad a distancia, los alumnos reciben un manual completo, desarrollado y actualizado plenamente por expertos en cada una de las materias tratadas. Dichos manuales se utilizarán como herramientas de apoyo.

En la modalidad On line, los alumnos recibirán los datos de acceso al campus virtual, a través del cual desarrollarán todo el seguimiento de la formación.

## Temario

---

### **Módulo 0: Introducción**

Tecnologías de la Información y la Comunicación. Definición de Comercio Electrónico. Comercio Electrónico: Elementos Fundamentales. Nuevas Oportunidades. Nuevos Retos y Posibles Dificultades. Modalidades de Comercio Electrónico. Otros Recursos en Internet.

### **Módulo 1: El escenario tecnológico**

Evolución y Servicios en Internet. Redes. Protocolos de Comunicación en Internet. Dominios. Formas de Acceso a Internet. Intranets. Extranets. Sitios Web: Estructura y Características XML.

### **Módulo 2: Comercio electrónico entre empresas (B2B)**

Definiendo el B2B. EDI como sistema de intercambio electrónico entre empresas. Utilidad del B2B para las compañías e-Purchasing. Tipos de Modelos de negocio en el B2B. Marketplaces. Ejemplos e iniciativas B2B en España. El B2B para las Pymes. Aspectos técnicos del B2B. Mercado del B2B.

### **Módulo 3: 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. Infomediarios. Mercado del B2C.

### **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 4: Mecanismos de pago y aspectos de seguridad en el comercio electrónico**

Cuestiones Generales sobre el Pago por Internet. Sistemas de pago en Internet. Pagos a través del teléfono móvil. Los sistemas de pago en el Comercio Electrónico B2B. Condiciones necesarias para la seguridad en el comercio electrónico. Cómo funcionan los métodos de cifrado. Mecanismos de certificación y firma digital. Protocolos de seguridad en las transacciones: SSL y SET

### **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 5: 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. ¿Por qué necesitamos tener una estrategia de CRM en la empresa? CRM, tecnología e Internet. Algunas conclusiones acerca de CRM

### **Módulo 7: Aspectos jurídicos del comercio electrónico**

Los inconvenientes jurídicos de la contratación electrónica. La normativa española y comunitaria en materia de contratación electrónica. Mecanismos de contratación telemática. 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 6: Importancia de la logística en el comercio electrónico**

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

### Taller de E- Commerce

#### PARTE PRIMERA

##### **Introducción al curso.**

**10:00 – 10:15**

Método del caso: el alumno desarrollara ideas creativas de negocios vía internet, que presentaran cada uno en el grupo, dando la descripción del negocio y la necesidad a cubrir dentro del sector.

**10:15 – 11:00**

##### **Análisis de las ideas de negocio en el grupo.**

brainstorming

**11:00 – 11:30**

**Escenario tecnológico: descripción de las necesidades tecnológicas, que se necesitaran para la implementación de la página web en internet.**

**11:30 – 12:15**

DESCANSO: COFFE BREAK

**12:15 – 12:30**

##### **Descripción del comercio electrónico a implementar. (b2b o b2c)**

**Desarrollo del comercio electrónico encaminado al consumidor o al comercio entre empresa.**

**Técnica de comercio electrónico entre empresas: lectura y puesta en común caso práctico portal gda-bbrokers.**

**13:05 – 13:35**

##### **Análisis de las ideas de negocio en el grupo. Brainstorming**

**13:35 – 14:00**

DESCANSO: COMIDA

**14:00 – 16:00**

##### **Mecanismos de pago y aspectos de seguridad en la página web**

**16:00 – 16:05**

**Mecanismos de pago: el alumno desarrollara el mecanismo de pago que mejor se adapte a la estrategia de negocio como al mercado objetivo.**

**16:05 – 16:45**

**Mecanismos de seguridad: desarrollar los mecanismos de seguridad que se implementaran en la página web.**

16:45 – 17:25

**Aspectos jurídicos: exposición del profesor de la legislación vigente y aspectos jurídicos más oportunos, para los diferentes tipos de negocio que se desarrollaron.**

17:25 – 18:00

**Análisis de los mecanismos desarrollados en el grupo. Brainstorming.**

18:00 – 18:40

DESCANSO

18:40 – 19:00

**Marketing y publicidad en Internet**

19:00 – 19:05

**Estrategias de marketing en internet: el alumno desarrollara estrategias de marketing a implementar en la página web desarrollada.**

19:05 – 19:25

**Publicidad en internet: diseño de la página web, aspectos de publicidad e imagen de la misma.**

19:25 – 19:45

**Análisis de las estrategias de marketing y publicidad desarrolladas en el grupo.**

19:45 – 20:15

Presentación Técnico

## Homologaciones

---

EUDE recibe las homologaciones de AEDETP (Asociación Española de Enseñanza Técnico Profesional), ANCED (Asociación Nacional de Centros de Enseñanza a Distancia) entre otras instituciones. Estas organizaciones homologan y certifican centros de formación con el fin de garantizar unos criterios de calidad formales, para el correcto desarrollo de las acciones formativas propuestas por nuestro centro.

Además, EUDE es socio-fundador de la **Asociación Española de Escuelas de Negocios (AEEN)** y miembro de **Cladea** (Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración).



Podrás encontrar toda la información actualizada sobre nuestras homologaciones y acuerdos en:

<http://www.eude.es/homologaciones/index.html>

## Colaboraciones Empresariales

---

Uno de los pilares fundamentales de la Escuela de Negocios EUDE, se basa en la colaboración constante con las empresas. Nuestra formación está totalmente dirigida a la práctica y prueba de ello es la exigencia de que nuestros formadores sean profesionales en activo de cada área de la que impartimos formación.

Nuestro posicionamiento en el mercado hace que seamos un escalón intermedio entre la formación académica y la empresa. Esto crea una necesidad en nuestros alumnos y profesionales que tratamos de cubrir con vías de colaboración que permiten tanto el acceso al mercado laboral, como el cambio de dirección en el mismo.

Es por ello por lo que hemos desarrollado un **Servicio de Carreras Profesionales** que genera una bolsa de profesionales dirigida en dos vertientes, el Plan de Prácticas en Empresa y la Bolsa de empleo. Todos nuestros alumnos de Master presencial tienen garantizado el hacer prácticas en empresa. No sólo es importante formarse profesionalmente sino también poder aplicar lo aprendido en un puesto de trabajo real.

Como garantía y aval de la formación impartida, podemos presumir de tener convenios de colaboración con algunas de las más importantes empresas tanto a nivel nacional como internacional, convenios que van desde el acuerdo para poner a los alumnos del centro en disposición para realizar prácticas en las empresas clientes, hasta acuerdos de consultoría y formación a todos los niveles.

Señalamos a continuación, algunas de las empresas colaboradoras con EUDE más destacadas:



Actualmente colaboran con EUDE más de **7000 empresas** a través de Miltrabajos.com, Formaselect Consulting y la propia Escuela de Negocios.

Presentación

© EUDE

Plaza de Callao, 4 – Gran Vía, 46

6ª Planta

28013 (Madrid)

91 593 15 45

[info@eude.es](mailto:info@eude.es)

[www.eude.es](http://www.eude.es)

No está permitida la reproducción total o parcial del contenido de este PDF, salvo la impresión del mismo sin modificaciones a meros efectos informativos por parte del interesado, no permitiéndose la copia ni alteración del mismo por cualquier medio electrónico, mecánico, fotocopia, registro u otros métodos sin previo aviso y autorización por parte de los titulares del Copyright.