



Curso Online de Creación, Gestión y Desarrollo Legal de Tiendas On-Line

Para conocer de forma práctica el funcionamiento del comercio electrónico en sus aspectos legales, logísticos y de marketing.



[e]
Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com



Presentación

El comercio electrónico o e-Commerce es una de las áreas de mayor crecimiento y demanda profesional actual. Sin embargo, también es un campo no reglado en el que es muy difícil formarse y capacitarse adecuadamente. Una tienda en línea es un tipo de comercio que realiza sus ventas a través de una web o una aplicación móvil. Usan las webs a modo de escaparate ofreciendo diversos tipos de productos o servicios de forma atractiva.

Es por ello que presentamos este completísimo programa en el que, partiendo de un nivel mínimo, se puede llegar a dominar campos tan importantes como la creación y gestión de tiendas online, el cumplimiento de la normativa legal, la realización de planes de marketing online, la e-logística y otros muchos factores.

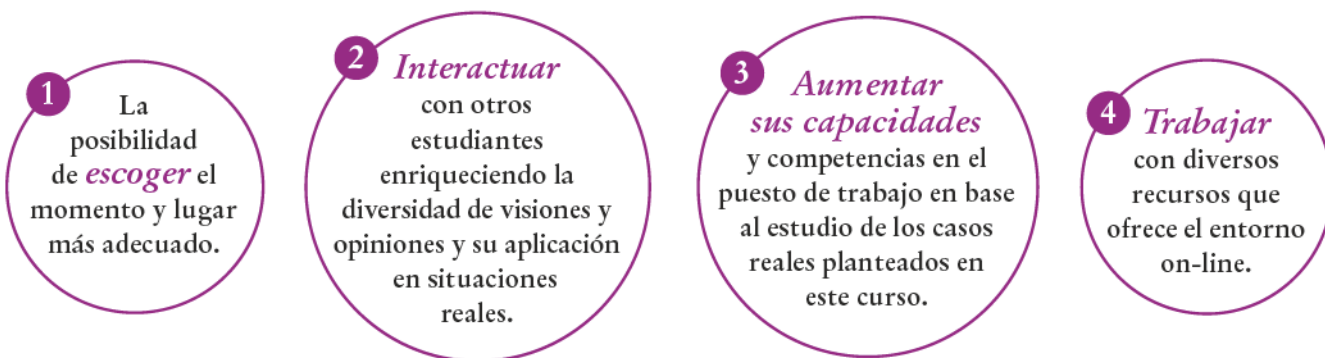
Es un curso que ha sido grabado en alta definición y que tiene un formato dinámico y visual que lo hace sumamente atractivo y dinámico.

La Educación On-line

Los cursos on-line se han consolidado como un método educativo de éxito en la empresa, ya que permiten una continua autoevaluación y programación del tiempo dedicado al estudio, permitiendo que el alumno elija los momentos más idóneos para su formación.

Con más de 25 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:



e COMMERCE

Método de Enseñanza

El curso se realiza on-line a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite, si así lo desea, descargarse los módulos didácticos junto con los ejercicios prácticos de forma que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta.

A cada alumno se le asignará un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

El curso incluye:



Aula
Virtual



Tutor
personal



Flexibilidad
de horarios



Pruebas de
Autoevaluación

Contenido y Duración del Curso

El curso **CREACIÓN, GESTIÓN Y DESARROLLO LEGAL DE TIENDAS ONLINE** tiene una duración de **60 horas** distribuidas en 9 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 9 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales en activo expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

Este curso está realizado bajo el método AURUM, método microformativo que trabaja con píldoras formativas muy visuales y prácticas que facilitan enormemente el aprendizaje. Cuenta, además, con un e-Book muy visual dividido en fichas temáticas a todo color.



Este curso le permitirá saber y conocer:

- Los tipos de comercio electrónico, su origen, características y desarrollo.
- Cómo desarrollar desde cero una tienda en línea, incluyendo la estrategia y el plan de negocio.
- Cómo definir los precios de los productos o servicios a comercializar en una tienda en línea.
- Cuáles son las características y operativa de la e-Logística, así como sus retos y formas de superarlos.
- Cómo saber si las redes sociales son efectivas para vender nuestros productos.
- Qué herramientas debemos usar para realizar marketing on-line de forma adecuada.
- Cómo configurar un Plan de Marketing en línea.
- Qué debe contener unas buenas bases de un concurso en redes sociales.
- Cuál es el marco regulatorio del comercio electrónico.
- Cuáles son las condiciones para aplicar la LSSI.
- Qué requisitos hay que cumplir para hacer una buena campaña legal de mailing.
- Cómo redactar el aviso legal y el aviso de privacidad de una tienda on-line, qué son y para qué sirven, qué leyes los regulan y qué información debo proporcionar siempre.
- Cuáles son las tendencias del comercio electrónico.

“ Conozca los aspectos fundamentales a la hora de plantear y ejecutar con éxito una tienda online”

Dirigido a:

Profesionales de las áreas de Marketing, Comunicación, Comercial y Publicidad. Responsables de comercio electrónico, e-Business y e-Marketing, así como a todas aquellas personas que quieran crear una tienda online sobre unas bases sólidas de conocimiento práctico del sistema de e-Commerce.

Válido también para profesionales de la logística que quieran profundizar en el campo de la logística del comercio electrónico, así como al personal de cualquier departamento que deba empezar a trabajar en aspectos relacionados con este campo.



Contenido del Curso

MÓDULO 1. El comercio electrónico. Historia y desarrollo

5 horas

Una tienda en línea es un tipo de comercio que realiza sus ventas a través de una web o de una aplicación móvil.

En este primer módulo del curso analizaremos el concepto de comercio electrónico, su historia, sus principales hitos y la evolución de algunos de los principales actores del comercio electrónico actual.

Qué es exactamente una tienda en línea.

Cuáles fueron los principales hitos del comercio electrónico.

Cuándo surgió el comercio electrónico en la telefonía móvil o m-commerce.

MÓDULO 2. Tipos de comercio electrónico

5 horas

Existen multitud de tipos de comercio electrónico. Conocer cada uno, así como sus características es importante, puesto que tanto para el diseño como para el propio funcionamiento es muy relevante.

Introducción.

Qué es el B2B y cuáles son sus características.

Qué es el B2C y cuáles son sus características.

Qué es el C2C y cuáles son sus características.

Qué es el B2A y cuáles son sus características.

Qué es el C2A y cuáles son sus características.

Qué es el G2B y cuáles son sus características.

Qué es el G2G y cuáles son sus características.

Qué es el B2E y cuáles son sus características.

Qué es el C2B y cuáles son sus características.

MÓDULO 3. Marco regulatorio del comercio electrónico

15 horas

El comercio electrónico es regulado por numerosas normativas en materia de comunicaciones electrónicas así como en materias generales, como puede ser la Ley de Propiedad Intelectual o la Ley de Protección de Datos. Este módulo analiza con detalle el marco regulatorio del comercio electrónico.

Cómo se regula el comercio electrónico.

Qué es la LSSI y qué regula.

A quién aplica la LSSI.

Qué es un prestador de servicios de la sociedad de la información.

Qué obligaciones tengo que cumplir como prestador de servicios en mi web.

Qué tipo de prestador de servicios de la sociedad de la información soy.

Qué es un servicio de intermediación. Qué obligaciones tienen los prestadores de servicios de intermediación.

Qué es un prestador de servicios de copias temporales. Y de servicios de almacenamiento.

Dónde se aplica la LSSI.

Qué servicios se excluyen del ámbito de la LSSI.

Qué sanciones pueden imponerse por incumplimiento de la Ley: infracción muy grave, grave y leve.

Qué otras multas pueden imponerse. Cuáles son los órganos encargados de sancionar.

Cómo redactar un aviso legal:

- Parte I: Información general.
- Parte II: Condiciones de uso.
- Parte III: Propiedad Intelectual.

Qué es el copyright.

Qué son los Creative Commons.

El aviso de privacidad: cómo se regula.

Qué debe contener y qué requisitos debe cumplir un aviso de privacidad.

Qué es y de dónde proviene la denominación SPAM.

Qué requisitos debe cumplir una comunicación comercial para que sea legal.

Qué significa consentimiento expreso previo.

Acciones que debemos evitar en nuestra web para que sea válido el consentimiento.

Qué legislación rige las comunicaciones electrónicas.

Creación, Gestión y Desarrollo Legal de Tiendas On-Line

e COMMERCE

Qué son las cookies. Qué normativa las regula.

Cuál es el error más común de las barras informativas (faldón de cookies).

Qué es un contrato electrónico. Qué regulación lo legisla.

Qué es un documento electrónico.

Qué es la firma electrónica y qué tipos hay:

- Firma electrónica avanzada.
- Firma electrónica reconocida.

Qué leyes regulan la firma electrónica en Europa.

Qué información debemos dar antes de celebrar un contrato electrónico.

Quién es el consumidor:

- Requisitos a cumplir ANTES de la contratación electrónica con un consumidor.
- Requisitos a cumplir DURANTE la contratación a distancia con un consumidor.

Qué es el derecho de desistimiento.

Qué productos están excluidos y no se aplica el desistimiento.

Qué plazo tiene el consumidor para realizar la devolución del bien.

Qué diferencia existe entre garantía legal y garantía comercial.

Qué es un Brick & Mortar.

MÓDULO 4. La creación de tiendas en línea

5 horas

En este módulo veremos la creación de tiendas en línea, desde su planteamiento estratégico hasta las diferentes herramientas y pasos que se requieren para ponerlas en marcha.

Introducción a las estrategias de las ventas en línea.

Cómo redactar un plan de negocio en una tienda en línea

Qué es la economía colaborativa. Cuáles son sus pilares fundamentales.

Qué es la producción colaborativa.

Cómo se gestiona la reputación y la confianza en la economía colaborativa.

En qué afecta el nuevo reglamento de protección de datos a la economía colaborativa.

e COMMERCE

MÓDULO 5. El Marketing en línea

5 horas

El Plan de Marketing es sumamente importante para las tiendas en línea ya que determinará en gran medida el tráfico.

Cómo configurar un Plan de Marketing en línea.

Qué es el SEO.

Qué es el SEM.

Qué son las herramientas para mejorar la velocidad de carga de la web.

Qué son las herramientas multifunción:

- Herramientas para monitorización o análisis.
- Herramientas para promoción de contenidos.
- Herramientas de productividad.
- Herramientas para la creación de contenidos.
- Herramientas para la mejora del posicionamiento.
- Herramientas para el e-mail marketing.

El uso de las redes sociales como herramientas de marketing.

Qué es el marketplace y cómo se usa.

MÓDULO 6. La e-Logística

10 horas

La logística del comercio electrónico se ocupa del almacenaje y transporte necesarios para gestionar toda la cadena de suministro. A lo largo de este módulo se tratan temas como el tipo de servicios que se ofrecen, las mejores prácticas para la resolución de las incidencias más comunes o la selección y contratación de recursos.

Los INCOTERMS en el comercio electrónico.

Cómo elegir la tipología de transporte en el comercio electrónico.

Qué servicios pueden prestarse dentro de la logística del comercio electrónico.

Qué es un envío tercerizado o dropshipping y cómo se aplica.

Reducir los costes de reparto derivados de los atascos y el consumo elevado.

Los Centros Urbanos de Consolidación (CUC).

La gestión de cobros y justificantes de entrega.

Cómo optimizar el embalado y el etiquetado en la e-Logística.

Creación, Gestión y Desarrollo Legal de Tiendas On-Line

e COMMERCE

Cómo implementar un sistema de seguimiento de envíos.

Reducir costes a través de la logística de la compra colaborativa en línea.

Cómo minimizar los costes de la logística inversa en el comercio electrónico.

Introducción a los sistemas de optimización de rutas de reparto:

- El problema del agente viajero (TSP). Método del vecino más cercano.
- El problema del agente viajero (TSP). Método de la fuerza bruta.
- El problema de la mochila. Método de ramificación y poda (Branch & Bound).
- Los modelos VRP (PRV) de optimización de rutas.
- El problema del cartero chino (CPP) como técnica de optimización de rutas.

La carta de porte electrónica.

Los seguros en el transporte del comercio electrónico.

Criterios para homologación de proveedores logísticos.

La importancia de los planes de contingencia.

Qué es un SGA y cómo se aplica en el comercio electrónico.

La atención al cliente en el área logística del comercio electrónico.

Tendencias en el transporte del comercio electrónico.

MÓDULO 7. El comercio electrónico en las redes sociales

5 horas

Las redes sociales han revolucionado el mundo del comercio en línea. Con poco o bajo presupuesto en marketing y comunicación nuestra empresa logrará lanzar publicidad de sus productos a múltiples públicos.

Introducción: ¿son efectivas las redes sociales para vender nuestros productos?

- Facebook y el comercio electrónico.
- Instagram en el comercio electrónico.

Qué es el storytelling.

Qué herramientas podemos usar para realizar marketing visual:

- Youtube.
- Pinterest.
- Twitter.

Términos más usados en las campañas de las redes sociales.

Qué debemos hacer para tener éxito en las redes sociales.

e COMMERCE

Cómo hacer una campaña corporativa en nuestra empresa.

Será posible comprar a través de redes sociales directamente.

MÓDULO 8. Legalidad en las redes sociales

5 horas

Los concursos realizados en redes sociales deben cumplir en todo momento con la Ley de Protección de Datos y con el Nuevo Reglamento en Protección de Datos.

Qué requisitos legales deben cumplir los concursos en las redes sociales.

Cómo redactar bases legales para concursos:

- Objeto y ámbito.
- Organizador del sorteo.
- Duración.
- Descripción y mecánica de la promoción.
- Participación.
- Descripción del premio.
- Elección del ganador.
- Actuaciones irregulares.
- Política de privacidad y protección de datos.
- Comunicación del sorteo.
- Miscelánea.

Cómo podemos realizar concursos en Facebook.

Qué acción debemos siempre evitar en concursos en Twitter.

Cuestiones a considerar:

- Quién paga las posibles multas.
- Calumnias e injurias en las redes sociales
- El copyright.

MÓDULO 9. Casos prácticos

5 horas

En este módulo se presentan algunos ejemplos prácticos dentro del llamado “método del caso”. Pretenden ser un ejemplo de cómo ejecutar en la práctica algunos de los temas vistos a lo largo del curso.

e COMMERCE

Autores

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso Creación, Gestión y Desarrollo legal de Tiendas On-Line han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Eva M. Hernández

Licenciada en Derecho, especializada en Derecho Internacional y Nuevas Tecnologías. Máster en Dirección de Redes Sociales y Community Management, Social Media Legal y consultora/auditora diplomada en LSSI, páginas web, comercio electrónico y cookies.
Autora de varios libros legales y de e-Commerce.

Luis Carlos Hernández

Licenciado en Ciencias Políticas y de la Administración. Máster en Dirección Logística Integral. Técnico en Creación y Puesta en marcha de empresas.
Autor de numerosas guías y libros logísticos compagina su actividad profesional con la docencia en diversas escuelas de negocio.

Los autores y su equipo de colaboradores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez realizado el curso el alumno recibirá el diploma que le acredita como **experto en Creación, Gestión y Desarrollo Legal de Tiendas On-Line**. Para ello, deberá haber realizado la totalidad de las pruebas de evaluación que constan en los diferentes apartados. Este sistema permite que los diplomas entregados por Iniciativas Empresariales y Manager Business School gocen de garantía y seriedad dentro del mundo empresarial.

