



Diploma acreditativo

D./Dña. TERESA MARINA RUÍZ, con D.N.I. n.º 13980010N,

ha superado la formación con evaluación positiva en el curso

ADGD124PO - GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0 (1/403)

solicitado por FEDERACIÓN ESTATAL DE SERVICIOS, MOVILIDAD Y CONSUMO (FESMC-UGT), según Orden TAS 718/2008, de 7 de marzo, modificada por la ESS/1726/2012, de 2 de agosto, Ley 30/2015, de 9 de septiembre, y Resolución de 18 de enero de 2019, financiado por el Servicio Público de Empleo Estatal en aplicación del Real Decreto 694/2017, de 3 de julio,

impartido del 24/11/2020 al 12/02/2021

con la duración y contenidos detallados al dorso y perteneciente al Programa de Formación de ámbito estatal correspondiente al expediente F181791AA.

En Madrid a 12/02/2021

El/La alumno/a

Teresa Marina Ruíz

TERESA MARINA RUÍZ

Secretario de Formación



JOSÉ ANTONIO FERNÁNDEZ GUERRAS

Código de verificación: 752234. URL de verificación: fesmcugt.gestiondeformacion.es/blocks/diploma/verificacion.php.

Contenidos:

1. El desarrollo del negocio online.
 - 1.1. Cómo iniciar un proyecto de negocios online.
 - 1.2. El análisis de la solidez del futuro del negocio online.
 - 1.3. Objetivos: ¿tienda virtual, escaparate o canal de comunicación?
 - 1.4. Riesgos antes de comenzar con el negocio online.
 - 1.5. Casos de éxito: negocios que funcionan en internet.

2. Cómo desarrollar un adecuado plan de negocios online.
 - 2.1. Online business plan.
 - 2.2. Resumen ejecutivo.
 - 2.3. Definir el negocio: público objetivo y mercado potencial.
 - 2.4. Especificación del producto o servicio.
 - 2.5. Requerimientos humanos y tecnológicos.
 - 2.6. Organización interna del negocio online.
 - 2.7. Desarrollo del plan de marketing estratégico.
 - 2.8. El plan económico-financiero.
 - 2.9. Timing de implantación del negocio online.

3. Diseño y usabilidad de la página web del negocio online.
 - 3.1. Pasos previos al diseño web: dominio, hosting, etc.
 - 3.2. Cómo elegir un proveedor para un diseño web a medida.
 - 3.3. Prácticos: aplicaciones de software disponibles.
 - 3.4. Caso real: virtual shop.
 - 3.5. Estructura del negocio online: backoffice y frontoffice.
 - 3.6. Cómo realizar el mantenimiento: pedidos, facturas, etc.
 - 3.7. Diseño y usabilidad de la página web.
 - 3.8. Consejos para el diseño web.

4. Seguridad en las transacciones de venta online.
 - 4.1. Requerimientos de seguridad en la venta online.
 - 4.2. Protocolos de seguridad existentes y cómo deben asegurarse.
 - 4.3. Cómo garantizar la seguridad en la pasarela de pago.
 - 4.4. Adquirir un certificado de seguridad digital.
 - 4.5. Cumplir con la legislación vigente: protección de datos.

5. La logística de un negocio online.
 - 5.1. Identificación de las necesidades logísticas del negocio online.
 - 5.2. La gestión práctica del almacenaje y la distribución del producto.
 - 5.3. Caso real: elegir un sistema de información logístico.
 - 5.4. La gestión de las relaciones con las empresas de transporte.
 - 5.5. La posibilidad de externalizar los servicios de logística.
 - 5.6. Caso de éxito: la logística en un negocio online.

6. Posicionamiento seo de la página web.
 - 6.1. Claves para el posicionamiento seo de la página web.
 - 6.2. Definición de la estrategia de posicionamiento seo.
 - 6.3. Cómo elegir un buen profesional analista seo.
 - 6.4. Aplicación de los principios del seo al negocio online.
7. Marketing en buscadores o sem.
 - 7.1. Posicionamiento del negocio online a través del sem.
 - 7.2. Cómo realizar una correcta segmentación del target objetivo.
 - 7.3. Aplicación y uso del google adwords para el posicionamiento de la web.
 - 7.4. Cómo contratar una campaña sem con google adwords.

8. Cómo promocionar el negocio online: atraer tráfico a la web.
 - 8.1. El plan de marketing online.
 - 8.2. Cuánto debemos invertir en promoción online.

- 8.3. Planificar de forma eficaz las campañas de e-mail marketing.
- 8.4. La gestión práctica de una campaña de "banners".
- 8.5. Participar en los programas de afiliados.
- 8.6. Cuándo recurrir a las agencias de publicidad online.

9. Ofrecer el mejor servicio de atención al cliente.
 - 9.1. Conseguir la fidelidad del cliente hacia el negocio online.
 - 9.2. Caso real: sistemas de e-om actúales.
 - 9.3. Dar soporte a la atención al cliente en el negocio online.
 - 9.4. Recuperar al cliente insatisfecho: reclamaciones y quejas.

10. Tecnología, comunicación online y redes sociales
 - 10.1. Adaptarse al rápido avance de las tecnologías
 - 10.2. Redes sociales actuales y tendencias futuras
 - 10.3. Redes sociales genéricas: facebook, twitter, linkedin, google plus, etc.
 - 10.4. Redes sociales específicas: flickr, google maps, youtube, etc.
 - 10.5. Nuevos dispositivos de comunicación: smartphones, tablets, etc.
 - 10.6. Otras redes sociales: foursquare, facebook places, Gowalla, etc.
 - 10.7. El futuro de las tecnologías y de la comunicación online
 - 10.8. Evolución hacia la web .

11. Captación y fidelización de clientes a través de las redes sociales
 - 11.1. Branding en redes sociales.
 - 11.2. Orientar una página de facebook a la captación de seguidores.
 - 11.3. Gestionar un perfil en twitter y convertirse en referente.
 - 11.4. Aprovechar el potencial de google plus.
 - 11.5. Estar en otras redes sociales temáticas: youtube, flickr, etc.
 - 11.6. Aplicaciones para aprovechar las ventajas de la geolocalización.
 - 11.7. Social shopping: cómo vender a través de redes sociales.

12. Gestión de blog corporativo.
 - 12.1. Coste y requerimientos para el desarrollo de un blog corporativo.
 - 12.2. Técnicas para atraer tráfico de calidad a través del blog.
 - 12.3. Cómo adecuar los contenidos para fidelizar al cliente.
 - 12.4. El blog en la estrategia online del hotel: facebook connect, etc.
 - 12.5. Ejercicio práctico: cómo crear un blog con blogger, paso a paso
 - 12.6. Ejercicio práctico: cómo crear un blog con wordpress, paso a paso.

13. Marketing .
 - 13.1. Value management: prepararse para el marketing .
 - 13.2. Co-creación: el cliente como creador del producto.
 - 13.3. Comunidades : comunicación cliente-cliente.
 - 13.4. Creación de campañas de comunicación en la web semántica.
 - 13.5. El impacto del marketing . En la estrategia de la empresa.
 - 13.6. Sostenibilidad y responsabilidad social en el nuevo marketing.
 - 13.7. Ejemplo real: nuestra marca y su red social.
 - 13.8. Ejercicio práctico: crear una estrategia de marketing dinámica .

14. Análisis y estadísticas.
 - 14.1. Cómo controlar del negocio online de forma eficaz
 - 14.2. Análisis de los indicadores de información general.
 - 14.3. Caso práctico: Uso de Google Analytics para la medición de la Web.

15. Requisitos legales en la actividad de un negocio online.
 - 15.1. La Sociedad y la forma legal más adecuada.
 - 15.2. La gestión de la protección de datos.
 - 15.3. Las condiciones de Contratación.
 - 15.4. Servicios de la sociedad de información y el Comercio Electrónico.
 - 15.5. Ley de Ordenación del comercio minorista.