



# INESEM

BUSINESS SCHOOL

## ***Especialista en E-Business: Desarrollo de un Negocio Online***

+ Información Gratis

titulación de formación continua bonificada expedida por el instituto europeo de estudios empresariales

# ***Especialista en E-Business: Desarrollo de un Negocio Online***

**duración total:** 200 horas

**horas teleformación:** 100 horas

**precio:** 0 € \*

**modalidad:** Online

\* hasta 100 % bonificable para trabajadores.

## ***descripción***

Con el presente curso de Especialista en E-Business: Desarrollo de un Negocio Online recibirá una formación especializada. Hoy día es prácticamente vital disponer de un modelo de negocio online para poder expandir el negocio y garantizar su rentabilidad.



**+ Información Gratis**

## *a quién va dirigido*

Todos aquellos trabajadores y profesionales en activo que deseen adquirir o perfeccionar sus conocimientos técnicos en este área.

## *objetivos*

- Adquirir los conocimientos y habilidades suficientes para llevar a cabo el desarrollo de un negocio a través de Internet, comprender y desarrollar el conocimiento del entorno en que operan las empresas y cómo los cambios en el entorno influyen en el comportamiento de los consumidores y productores.

## *para qué te prepara*

El presente curso de Especialista en E-Business: Desarrollo de un Negocio Online le preparará para adquirir los conocimientos y habilidades suficientes para llevar a cabo el desarrollo de un negocio a través de Internet, comprender y desarrollar el conocimiento del entorno en que operan las empresas y cómo los cambios en el entorno influyen en el comportamiento de los consumidores y productores.

## *salidas laborales*

Departamento de ventas / Gestión empresarial / Desarrollador / Emprendedor

## titulación

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de INESEM vía correo postal, la Titulación Oficial que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/máster, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Instituto Europeo de Estudios Empresariales).



### INSTITUTO EUROPEO DE ESTUDIOS EMPRESARIALES

como centro de Formación acreditado para la impartición a nivel nacional de formación  
EXPIDE LA SIGUIENTE TITULACIÓN

#### NOMBRE DEL ALUMNO/A

con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

#### Nombre de la Acción Formativa

de XXX horas, perteneciente al Plan de Formación INESEM en la convocatoria de XXXX  
Y para que surta los efectos pertinentes queda registrado con número de expediente XXXX- XXXX-XXXX-XXXXXX

Con una calificación de SOBRESALIENTE

Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en  
Granada, a (día) de (mes) de (año)

La dirección General

MARIA MORENO HIDALGO

Firma del alumno/a

Sello



NOMBRE DEL ALUMNO/A

## forma de bonificación

- Mediante descuento directo en el TC1, a cargo de los seguros sociales que la empresa paga cada mes a la Seguridad Social.

## metodología

El alumno comienza su andadura en INESEM a través del Campus Virtual. Con nuestra metodología de aprendizaje online, el alumno debe avanzar a lo largo de las unidades didácticas del itinerario formativo, así como realizar las actividades y autoevaluaciones correspondientes. Al final del itinerario, el alumno se encontrará con el examen final, debiendo contestar correctamente un mínimo del 75% de las cuestiones planteadas para poder obtener el título.

Nuestro equipo docente y un tutor especializado harán un seguimiento exhaustivo, evaluando todos los progresos del alumno así como estableciendo una línea abierta para la resolución de consultas.

El alumno dispone de un espacio donde gestionar todos sus trámites administrativos, la Secretaría Virtual, y de un lugar de encuentro, Comunidad INESEM, donde fomentar su proceso de aprendizaje que enriquecerá su desarrollo profesional.

## materiales didácticos

- Manual teórico 'E- Bussiness: Desarrollo de Negocio On-Line'





## profesorado y servicio de tutorías

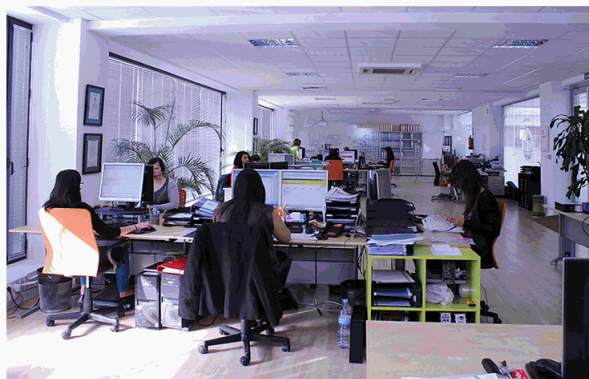
Nuestro equipo docente estará a su disposición para resolver cualquier consulta o ampliación de contenido que pueda necesitar relacionado con el curso. Podrá ponerse en contacto con nosotros a través de la propia plataforma o Chat, Email o Teléfono, en el horario que aparece en un documento denominado “Guía del Alumno” entregado junto al resto de materiales de estudio. Contamos con una extensa plantilla de profesores especializados en las distintas áreas formativas, con una amplia experiencia en el ámbito docente.

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas, así como solicitar información complementaria, fuentes bibliográficas y asesoramiento profesional. Podrá hacerlo de las siguientes formas:

- **Por e-mail:** El alumno podrá enviar sus dudas y consultas a cualquier hora y obtendrá respuesta en un plazo máximo de 48 horas.

- **Por teléfono:** Existe un horario para las tutorías telefónicas, dentro del cual el alumno podrá hablar directamente con su tutor.

- **A través del Campus Virtual:** El alumno/a puede contactar y enviar sus consultas a través del mismo, pudiendo tener acceso a Secretaría, agilizando cualquier proceso administrativo así como disponer de toda su documentación



### *plazo de finalización*

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la misma duración del curso. Existe por tanto un calendario formativo con una fecha de inicio y una fecha de fin.

### *campus virtual online*

especialmente dirigido a los alumnos matriculados en cursos de modalidad online, el campus virtual de ineseam ofrece contenidos multimedia de alta calidad y ejercicios interactivos.

### *comunidad*

servicio gratuito que permitirá al alumno formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: becas, descuentos y promociones en formación, viajes al extranjero para aprender idiomas...

### *revista digital*

el alumno podrá descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, etc.

### *secretaría*

Este sistema comunica al alumno directamente con nuestros asistentes, agilizando todo el proceso de matriculación, envío de documentación y solución de cualquier incidencia.

Además, a través de nuestro gestor documental, el alumno puede disponer de todos sus documentos, controlar las fechas de envío, finalización de sus acciones formativas y todo lo relacionado con la parte administrativa de sus cursos, teniendo la posibilidad de realizar un seguimiento personal de todos sus trámites con INESEM

## programa formativo

### UNIDAD DIDÁCTICA 1. PROGRAMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

1. Elementos fundamentales del comercio electrónico. Modalidades
  - 1.- Introducción
  - 2.- Los tres niveles del comercio electrónico
  - 3.- Ventajas e inconvenientes del e-commerce
  - 4.- Categorías de comercio electrónico según el tipo de vendedor y comprador
  - 5.- Etapas en el desarrollo del comercio electrónico
2. Los mercados electrónicos
  - 1.- Componentes del mercado electrónico
  - 2.- Los clientes en los mercados electrónicos
  - 3.- Los vendedores en los mercados electrónicos
  - 4.- La infraestructura de los mercados electrónicos
3. Oportunidades y retos en el mercado electrónico
  - 1.- La red de la elección individual
  - 2.- El crecimiento exponencial de los usuarios y las ventas
  - 3.- Los anunciantes invierten en el mercado electrónico
  - 4.- Factores que pueden frenar el crecimiento del comercio electrónico
4. Otros servicios en Internet de interés para el comercio electrónico

### UNIDAD DIDÁCTICA 2. EL ESCENARIO TECNOLÓGICO

1. Evolución y servicios en Internet
  - 1.- Servicios de hospedaje web
  - 2.- Modelos de servicios de hospedaje web
  - 3.- Las diferentes necesidades de hospedaje
  - 4.- Cuestiones que debemos aclarar antes de tomar una decisión
2. Conectividad
  - 1.- Definición
  - 2.- ISDN o RDSI
  - 3.- DSL
  - 4.- T1 y T3
  - 5.- Portador óptico (OC)
3. Intranets y extranets
  - 1.- ¿Qué es una intranet?
  - 2.- Aspectos que debemos considerar a la hora de desarrollar una intranet
  - 3.- Aplicación de las intranets para las distintas funciones empresariales
  - 4.- Cuestiones de seguridad
  - 5.- Las extranets. Concepto. Utilidad en el nuevo contexto empresarial
  - 6.- Información a incluir en una extranet
  - 7.- Ejemplo de intranet/extranet

### UNIDAD DIDÁCTICA 3. COMERCIO ELECTRÓNICO ENTRE EMPRESAS (B2B)

1. El concepto de B2B
  - 1.- Ventajas
  - 2.- Las claves del B2B
2. Tipos de mercados electrónicos B2B
3. Clases de actividades comercializadas en el comercio electrónico B2B
4. Mercados verticales y horizontales
5. La relación en la cadena de suministro (supply chain) en el B2B
  - 1.- Definición
  - 2.- Supply Chain Management (SCM)
  - 3.- Beneficios de Internet y el B2B para la cadena de suministro



## 6. Los e-marketplace

- 1.- Origen y definición
- 2.- Concepto
- 3.- Características generales
- 4.- Ventajas de participar en un e-marketplace
- 5.- Clasificación
- 6.- Ventajas del e-marketplace
- 7.- Los e-marketplaces privados sell-side (one to many)
- 8.- Los distribuidores y el comercio electrónico B2B
- 9.- Los e-marketplaces privados buy-side: e-procurement
- 10.- E-marketplaces públicos (many to many)
- 11.- Casos de éxito

## **UNIDAD DIDÁCTICA 4. COMERCIO ELECTRÓNICO DE EMPRESA A CONSUMIDOR**

1. El comercio electrónico B2C (business to consumer)
  - 1.- Proceso de comercialización de productos on-line
  - 2.- Tamaño y crecimiento del mercado B2C (business to consumer)
  - 3.- Modelos de e-tailing
2. Tipos de puntos de venta B2C (business to consumer)
  - 1.- Las tiendas virtuales (tiendas electrónicas)
  - 2.- Malls electrónicos
3. Los infomediarios
  - 1.- Introducción
  - 2.- Tipos de infomediarios
  - 3.- Utilidad de los infomediarios
  - 4.- Actividades
  - 5.- Modelos de negocio
  - 6.- Ejemplos de infomediarios
  - 7.- Metamediario

## **UNIDAD DIDÁCTICA 5. MECANISMOS DE PAGO Y ASPECTOS DE SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1. Cuestiones generales sobre el pago a través de Internet
  - 1.- El certificado digital
  - 2.- La cuenta de comerciante
  - 3.- Autorización de tarjetas de crédito en tiempo real
2. Sistemas de pago por Internet
  - 1.- Tarjetas de crédito
  - 2.- Pagos por cheque
  - 3.- Pagos a través del móvil
  - 4.- Otras formas de pago
3. La seguridad en el comercio electrónico
  - 1.- Aspectos generales
  - 2.- Los ataques de denegación de servicio
  - 3.- Defender el sitio web
  - 4.- La seguridad en el caso de las tarjetas de crédito

## **UNIDAD DIDÁCTICA 6. MARKETING EN INTERNET**

1. Posicionamiento en buscadores
  - 1.- Definición
  - 2.- ¿Cómo actúan los buscadores?
  - 3.- Palabras clave (keywords)
  - 4.- HTML body structure
  - 5.- Algunos consejos adicionales

2.Publicidad on-line

- 1.- Categorías de publicidad on-line
- 2.- Banners
- 3.- ¿Cómo se contrata la publicidad on-line?
- 4.- Algunos conceptos relacionados con la publicidad on-line
- 5.- Ventajas de la publicidad on-line

3.Programas de afiliación

4.E-mail marketing

5.Estrategias off-line

6.Marketing Relacional 2.0

- 1.- El Marketing Relacional como eje de las ventas
- 2.- El fin de las estrategias off-line vs. on-line: el marketing integral
- 3.- Captación y fidelización de clientes en la red

7.El papel de los social media

- 1.- Concepto de mass media
- 2.- Categorías de los social media

8.La Social Media Optimization (SMO)

- 1.- Las 12 reglas del SMO
- 2.- Blogs
- 3.- Redes sociales

**UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1.La función logística en el comercio electrónico: entre los condicionantes de la red y las exigencias del mercado

- 1.- Consideraciones previas
- 2.- El dilema del paquete pequeño
- 3.- La función logística en el comercio electrónico
- 4.- Mantener informado al cliente
- 5.- Modelos de cumplimentación de pedidos

2.Las soluciones tecnológica

- 1.- Sitios web grandes y de clase-empresa
- 2.- Los sitios web medianos y pequeños
- 3.- Software para la administración de existencias

**UNIDAD DIDÁCTICA 8. ASPECTOS JURÍDICOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO**

1.Protección de datos

- 1.- Introducción
- 2.- Antecedentes
- 3.- Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre
- 4.- Conceptos básicos
- 5.- Datos especialmente protegidos
- 6.- Calidad de los datos
- 7.- Derechos del afectado

2.Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico

- 1.- Introducción
- 2.- Obligaciones de la LSSI
- 3.- Infracciones
- 4.- Sanciones
- 5.- Medidas de carácter provisional
- 6.- Multa coercitiva
- 7.- Prescripción

3.Ley General de Telecomunicaciones

- 1.- Normas comunitarias
- 2.- Introducción
- 3.- Ámbito de aplicación

- 4.- Simplificación del régimen de acceso al mercado
- 5.- Evaluación periódica de la competencia en el mercado
- 6.- Interconexión y acceso
- 7.- Obligaciones de servicio público
- 8.- Derechos de ocupación del dominio público y privado
- 9.- LGT y LOPD

#### 4. Mecanismos de contratación electrónica

- 1.- Contratación informática
- 2.- Partes de un contrato informático
- 3.- Tipos de contratos informáticos

### **UNIDAD DIDÁCTICA 9. OTROS MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET**

#### 1. Principios generales del mobile marketing

- 1.- Del 1G al 4G: las generaciones de comunicaciones móviles
- 2.- ¿Cómo funciona una red de telefonía móvil?
- 3.- Ventajas de un ámbito inalámbrico para el e-marketing
- 4.- Elementos que contribuyen a potenciar el desarrollo del m-marketing

#### 2. M-marketing: principales aplicaciones

- 1.- Introducción
- 2.- Banca móvil
- 3.- Pagos con el móvil
- 4.- Compras inalámbricas
- 5.- Publicidad dirigida
- 6.- Juegos móviles o advergaming
- 7.- Servicios personalizados
- 8.- Aplicaciones móviles para B2B

#### 3. Mobile marketing basado en la localización

- 1.- Geolocalización
- 2.- Publicidad basada en la localización
- 3.- Barreras a las soluciones basadas en la localización
- 4.- La tecnología RFID (Radio Frequency Identification) y el control de la cadena de suministro