



PROGRAMA FORMATIVO DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA
GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0
ADGD124PO

PLANES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS PRIORITARIAMENTE A TRABAJADORES OCUPADOS

PROGRAMA DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA: GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0

DATOS GENERALES DE LA ESPECIALIDAD FORMATIVA

1. Familia Profesional ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN

Área Profesional: ADMINISTRACIÓN Y AUDITORÍA

2. Denominación: GESTIÓN DE LOS NEGOCIOS ON LINE 2.0

3. Código: **ADGD124PO**

4. Objetivo General: Comprender y aplicar los conocimientos técnicos propios de la actividad de un negocio online relativos a la planificación, logística, marketing, servicio, tecnología y comunicación.

5. Número de participantes:

Máximo 25 participantes en modalidad presencial y 80 en modalidad teleformación.

6. Duración:

Horas totales: 210

Modalidad: Indistinta

Distribución de horas:

Presencial:..... 210

Teleformación:..... 210

7. Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamiento:

Contará con los m2 suficientes para albergar el equipamiento específico y la maquinaria necesaria para el desarrollo de la acción formativa

7.1 Espacio formativo:

AULA POLIVALENTE:

El aula contará con las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo de la acción formativa.

- Superficie: El aula deberá contar con un mínimo de 2m² por alumno. En caso de que el aula esté equipada con ordenadores , deberá contar con un mínimo de 3m² por alumno.
- Iluminación: luz natural y artificial que cumpla los niveles mínimos preceptivos.
- Ventilación: Climatización apropiada.
- Acondicionamiento eléctrico de acuerdo a las Normas Electrotécnicas de Baja Tensión y otras normas de aplicación.
- Aseos y servicios higiénicos sanitarios en número adecuado.
- Condiciones higiénicas, acústicas y de habitabilidad y seguridad, exigidas por la legislación vigente.
- Adaptabilidad: en el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad dispondrá de las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar la participación en condiciones de igualdad.
- PRL: cumple con los requisitos exigidos en materia de prevención de riesgos laborales

Cada espacio estará equipado con mobiliario docente adecuado al número de alumnos, así mismo constará de las instalaciones y equipos de trabajo suficientes para el desarrollo del curso.

7.2 Equipamientos:

Equipamiento propio de un aula.

-Mobiliario para el formador y los alumnos (mesas y sillas).

-Material de aula.

-Pizarras / rotafolios y rotuladores.

-Manuales y software específico para el desarrollo de la formación.

-Equipos audiovisuales.

-Cañón de proyección, pantalla. Internet.

-PCs en red, equipados con sistema operativo compatible y capacidad suficiente en disco duro. Acceso a internet

Se entregará a los participantes los manuales y el material didáctico necesarios para el adecuado desarrollo de la acción formativa

Las instalaciones y equipamientos deberán cumplir con la normativa industrial e higiénico sanitaria correspondiente y responderán a medidas de accesibilidad universal y seguridad de los participantes.

En el caso de que la formación se dirija a personas con discapacidad se realizarán las adaptaciones y los ajustes razonables para asegurar su participación en condiciones de igualdad.

7.2.1 En el caso de formación en modalidad teleformación, se requiere el siguiente equipamiento:

Requisitos técnicos de la plataforma de teleformación y del contenido virtual de aprendizaje para especialidades formativas no dirigidas a la obtención de certificados de profesionalidad en la modalidad de teleformación

1. Requisitos técnicos de la plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas no conducentes a la obtención de certificados de profesionalidad deberá reunir los siguientes requisitos técnicos:

– Compatibilidad con los estándares SCORM e IMS.

– Rendimiento, entendido como número de alumnos que soporte la plataforma, velocidad de respuesta del servidor a los usuarios, y tiempo de carga de las páginas Web o de descarga de archivos, que permita:

– Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.

– Disponer de la capacidad de transferencia necesaria para que no se produzca efecto retardo en la comunicación audiovisual en tiempo real, debiendo tener el servidor en el que se aloja la plataforma un ancho de banda mínimo de 100Mbps, suficiente en bajada y subida.

– Funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

– Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier infraestructura informática o sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de entre los más usuales o servidor web, debiendo ser posible utilizar las funciones de la plataforma con complementos (plug-in) y visualizadores compatibles. Si se requiriese la instalación adicional de algún soporte para funcionalidades avanzadas, la plataforma debe facilitar el acceso al mismo sin coste.

– Integración de herramientas y recursos necesarios para gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, disponiendo, específicamente, de las siguientes:

Herramientas que faciliten la colaboración y la comunicación entre todos los alumnos, tanto de carácter asíncrono (foros, tablones, correo, listas, etc.), como síncrono, (sistema de mensajería, chat, videoconferencia, etc.).

Herramientas de desarrollo, gestión e integración de contenidos.

Herramientas de seguimiento formativo, control del progreso del alumnado y evaluación del aprendizaje.

Herramientas de administración y gestión del alumnado y de la acción formativa.

– Disponer del desarrollo informático a través del cual el Servicio Público de Empleo de la Administración Competente, de manera automática, realice el seguimiento y control de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo II y en la página web de dicho organismo, a fin de auditar la actividad de los centros y entidades de formación y evaluar la calidad de las acciones formativas.

Para poder realizar tal seguimiento, el Servicio Público de Empleo de la Administración Competente, con la periodicidad que determine, se conectará automáticamente con las plataformas de teleformación, por lo que las mismas deberán contar con los desarrollos informáticos que posibiliten tales acciones de seguimiento (protocolo de conexión SOAP).

Sin perjuicio de lo anterior, y de cara al seguimiento puntual de las acciones formativas de certificado de profesionalidad que se impartan, será preceptivo proporcionar al Servicio Público de Empleo de la Administración Competente una dirección (con sus correspondientes credenciales) de acceso a la plataforma, con permiso de administrador, pero sin posibilidad de modificar datos.

– Niveles de accesibilidad e interactividad que como mínimo cumplan las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE 139803:2012 o posteriores actualizaciones, según lo estipulado en el Capítulo III del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre.

– El servidor de la plataforma de teleformación ha de cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, por lo que el responsable de dicha plataforma ha de identificar la localización física del servidor y el cumplimiento de lo establecido sobre transferencias internacionales de datos en los artículos 33 y 34 de dicha Ley Orgánica y en el Título VI del Reglamento de desarrollo de la misma, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.

– Incluir la imagen institucional del Servicio Público de Empleo de la Administración Competente y de las entidades que él designe, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.

– Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que proporcione soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e

incidencias técnicas del alumnado. El servicio, que deberá estar disponible para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, deberá mantener un horario de funcionamiento de mañana y de tarde, tendrá que ser accesible mediante teléfono y mensajería electrónica y no podrá superar un tiempo de demora en la respuesta superior a 2 días laborables.

2. Requisitos técnicos del contenido virtual de aprendizaje

Para garantizar la calidad del proceso de aprendizaje del alumnado, el contenido virtual de aprendizaje de las especialidades formativas no dirigidas a la obtención de certificados de profesionalidad mantendrá una estructura y funcionalidad homogénea, cumpliendo los siguientes requisitos:

- Como mínimo, ser los establecidos en el correspondiente programa formativo que conste en el fichero de especialidades formativas previsto en el artículo 20.3 del Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo y esté asociado a la especialidad formativa para la que se solicita inscripción.
- Estar referidos tanto a los conocimientos como a las destrezas prácticas y habilidades recogidas en los objetivos de aprendizaje de los citados programas formativos, de manera que en su conjunto permitan conseguir los resultados de aprendizaje previstos.
- Organizarse a través de índices, mapas, tablas de contenido, esquemas, epígrafes o titulares de fácil discriminación y secuenciarse pedagógicamente de tal manera que permitan su comprensión y retención.
- No ser meramente informativos, promoviendo su aplicación práctica a través de actividades de aprendizaje (autoevaluables o valoradas por el tutor-formador) relevantes para la práctica profesional, que sirvan para verificar el progreso del aprendizaje del alumnado, hacer un seguimiento de sus dificultades de aprendizaje y prestarle el apoyo adecuado.
- No ser exclusivamente textuales, incluyendo variados recursos (necesarios y relevantes), tanto estáticos como interactivos (imágenes, gráficos, audio, video, animaciones, enlaces, simulaciones, artículos, foro, chat, etc.). de forma periódica.
- Poder ser ampliados o complementados mediante diferentes recursos adicionales a los que el alumnado pueda acceder y consultar a voluntad.
- Dar lugar a resúmenes o síntesis y a glosarios que identifiquen y definan los términos o vocablos básicos, relevantes o claves para la comprensión de los aprendizajes.
- Evaluar su adquisición durante o a la finalización de la acción formativa a través de actividades de evaluación (ejercicios, preguntas, trabajos, problemas, casos, pruebas, etc.), que permitan medir el rendimiento o desempeño del alumnado.

8. Requisitos necesarios para el ejercicio profesional:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si existen requisitos legales para el ejercicio de la profesión)

9. Requisitos oficiales de los centros:

(Este epígrafe sólo se cumplimentará si para la impartición de la formación existe algún requisito de homologación / autorización del centro por parte de otra administración competente.)

10. CONTENIDOS FORMATIVOS:

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 seguirse.
 - 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-CRM actuales.
 - 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-Creation: 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 ADN 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.

- 14.4. Evaluación de la reputación de la marca en Internet.
- 14.5. El Cuadro de Mando del negocio Online.
- 14.6. Otras aplicaciones de medición de tráfico
- 14.7. Ejercicio práctico: Aplicación del Cuadro de Mando.
- 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.