

COMT105PO - Venta online

## **Objetivos**

---

### □ **Objetivos Generales**

- Definir las variables y utilidades disponibles en Internet -páginas web, servidores y software a nivel usuario- para la comercialización online de distintos tipos de productos y servicios.
- Adoptar criterios comerciales en el diseño de páginas para la comercialización aplicando técnicas de venta adecuadas.
- Aplicar procedimientos de seguimiento y atención al cliente siguiendo criterios y procedimientos establecidos en las situaciones comerciales online.

### □ **Objetivos Específicos**

- Conocer las relaciones comerciales a través de internet.
- Contar con todas aquellas herramientas necesarias para la utilización de sistemas online.
- Ser capaz de identificar todos aquellos modelos de importancia que podemos encontrarlos en un entorno de venta online.
- Identificar las ventajas que ofrece la elección de un negocio online, así como la eficacia y eficiencia que resultan de la utilización de dichos sistemas de apertura del negocio tanto geográficamente como temporalmente.
- Conocer la existencia de servidores de internet gratuitos o se pago y ser capaz de tomar una decisión sobre el tipo de servidor a utilizar en la Empresa atendiendo a los objetivos de la misma.
- Indagar sobre todos los costes a asumir para la consecución de la rentabilización de las operaciones online.
- Estudiar el comportamiento del internauta para dirigirlo a planes de acción de venta online de la Empresa.
- Conocer los criterios comerciales a la hora de diseñar la página web de la Empresa.
- Ser capaz de distinguir las distintas partes de una página web con la finalidad de hacerla más usable por el internauta.

- Identificar los distintos tipos de tiendas virtuales, así como las acciones promocionales de la empresa a través de banners para la consecución de los objetivos fijados.
- Reconocer la seguridad y confidencialidad en las distintas formas de pago a través de internet.
- Conocer las distintas formas de pagos online que son instrumento fundamental para la consecución del objetivo marcado de la venta.
- Cumplimentación de reclamación de clientes online, así como la existencia de garantías de la comercialización online.
- Conocer las distintas herramientas para diseñar una página web.

## Contenidos

COMT105PO: Venta Online	30 horas
<p><b>Unidad 1:</b> Internet como canal de venta</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las relaciones comerciales a través de internet                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ B2B: Business to business</li> <li>○ B2C: Business to consumer</li> <li>○ B2A: Business to administration</li> </ul> </li> <li>• Utilidades de los sistemas online                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Navegadores: uso de los principales navegadores.</li> <li>○ Correo electrónico: comunicación asíncrona</li> <li>○ Creación de una cuenta de correo con Outlook</li> <li>○ Enviar mensajes con Outlook</li> <li>○ Servidores de correo web</li> <li>○ Mensajería instantánea: Comunicación síncrona</li> <li>○ Teletrabajo</li> <li>○ Listas de distribución</li> </ul> </li> <li>• Modelos de comercio a través de internet: ventajas, eficiencia y eficacia                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipos</li> </ul> </li> <li>• Servidores online                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Servidores gratuitos</li> <li>○ Coste y rentabilidad de la comercialización online</li> </ul> </li> </ul>	
Tiempo total de la unidad	<b>15 horas</b>

<p><b>Unidad 2:</b> Diseño comercial de páginas web</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El internauta como cliente potencial             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El perfil del internauta</li> <li>○ Comportamiento de la clientela internauta</li> <li>○ Marketing viral: Aplicaciones y buenas conductas</li> </ul> </li> <li>• Criterios comerciales en el diseño comercial de páginas             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Objetivos</li> <li>○ Partes y elementos del diseño de páginas web</li> <li>○ Criterios comerciales en el diseño de contenidos de páginas web</li> <li>○ Backstore</li> <li>○ Usabilidad de la página web</li> </ul> </li> <li>• Tiendas virtuales             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tipología de tiendas virtuales</li> <li>○ El escaparate virtual</li> <li>○ Visitas guiadas</li> <li>○ Acciones promocionales y banners</li> </ul> </li> <li>• Formas de pago en internet             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Seguridad y confidencialidad</li> <li>○ TPV virtual</li> <li>○ Transferencias</li> <li>○ Cobros contra reembolso</li> </ul> </li> <li>• Conflictos y reclamaciones de clientes             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gestión de reclamaciones online</li> <li>○ Garantías de la comercialización online</li> <li>○ Buenas prácticas de comercialización online</li> </ul> </li> <li>• Aplicaciones a nivel de usuario para el diseño de páginas web             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aplicaciones a nivel de usuario para la creación de tiendas online</li> <li>○ Proveedores de Hosting. Soluciones integrales de comercio online</li> <li>○ Desarrollo propio</li> </ul> </li> </ul>	
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p><b>15 horas</b></p>
<p><b>2 unidades didácticas</b></p>	<p><b>30 horas</b></p>