

Curso DESARROLLO DE SOLUCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO



MODALIDAD: DISTANCIA / TELEFORMACIÓN

DURACIÓN: 150 HORAS

DIRIGIDO A:

Trabajadores que requieran de formación específica en materia de comercio electrónico, y que, bien por razones organizativas, de polivalencia, movilidad funcional, desarrollo profesional u otras, pudieran precisar la adquisición de competencias en esta materia. Como norma general, los destinatarios son trabajadores cualificados que pertenecen al personal técnico y directivo de las áreas de gestión, técnica y de marketing de las empresas y que dirigen o participan en la definición, ejecución, seguimiento y control de proyectos de comercio electrónico.

OBJETIVOS GENERALES:

- Adquirir y practicar los conceptos, estrategias, procedimientos y técnicas necesarios para llevar a cabo las tareas de planificación, desarrollo y ejecución de la estrategia empresarial en materia de comercio electrónico, desde una perspectiva estratégica y con una visión global del proyecto que incluye los aspectos tecnológicos, de marketing, económicos y humanos.
- Contribuir al desarrollo profesional de los participantes, mejorando su empleabilidad mediante aprendizajes funcionales que supongan la adquisición de competencias relevantes en el Sector.
- Inculcar en los asistentes la importancia de una adecuada estrategia empresarial de comercio electrónico, como factor clave de la viabilidad y rentabilidad futura de la empresa.

CONTENIDOS TEÓRICOS:

INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO.

1. Introducción al E-Commerce.
 - a. Ventajas del e-commerce para las empresa y los consumidores.
 - b. Clases de e-commerce:
 - c. El e-commerce B2B (business-to-business).
 - d. El e-commerce B2C (business-to-consumer).
 - e. Funciones de las intranets y las extranets en el e-commerce.
 - f. Beneficios internos del e-commerce para la empresa.
 - g. El servicio al cliente en el e-commerce.
 - h. Tecnologías de la comunicación en e-commerce.
 - i. Tipología de productos digitales.
2. Estándares del E-Commerce.
 - a. El papel de los estándares en la industria.
 - b. Características de los métodos de organización de datos EDI y XML.
 - c. Formatos de transferencia.
 - d. El papel del ODBC en la gestión de los datos.
 - e. Características de los scripts.
 - f. Desarrollo de aplicaciones de e-commerce.
 - g. Plataformas, servidores y entornos operativos.
 - h. Características del protocolo SSL, S/MIME y los certificados digitales.
 - i. Criptografía y transacciones seguras.
 - j. Estándares que favorecen el e-commerce.
3. El E-Commerce en la empresa.



- a. Técnicas de marketing en e-commerce.
- b. Gestión de las relaciones on-line con los clientes.
- c. Fases típicas de una transacción electrónica.
- d. El papel del desarrollo de contenidos en el e-commerce.
- e. Compatibilidad y funcionalidad en el diseño del sitio Web
- f. Necesidades de soporte técnico.
- g. Herramientas de integración de tecnologías multimedia en e-commerce.
- h. Soporte técnico en programación e integración de bases de datos.
- i. Integración del e-commerce con los sistemas tradicionales de negocio.
- j. Mantenimiento de un sitio web de e-commerce.
- k. Prevención de riesgos de seguridad en e-commerce.
- l. Identificar áreas de expansión del e-commerce.
- 4. Elementos tecnológicos del E-commerce.
 - a. El almacenamiento virtual.
 - b. Características de las plataformas UNIX y Wintel.
 - c. Estrategias de publicidad y ventas en e-commerce.
 - d. Funciones de feedback de clientes.
 - e. Tratamiento de los pagos en e-commerce.
 - f. Los rasgos de la organización virtual.
 - g. Componentes de la infraestructura de un sitio Web.
 - h. Ventajas del uso de extranets en el entorno del e-commerce B2B.
 - i. Gestión de la cadena de suministro en e-commerce.
 - j. Opciones de arquitectura del sistema en el interfaz de e-commerce.
 - k. Ventajas de la infraestructura Web en e-commerce.
 - l. Características de las aplicaciones de fachada.
 - m. Beneficios de externalizar el hospedaje Web.
 - n. Funcionalidades del e-mail y el webmail.
 - o. Listas de correo y chat.
 - p. Formas de maximizar la visibilidad de la empresa en Internet.

EVALUACIÓN DE LAS OPCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

- 1. El entorno del mercado.
 - a. Factores a considerar en el desarrollo de una estrategia de negocio en e-commerce.
 - b. Ventajas de la implementación de una estrategia de negocio en e-commerce.
 - c. Papel del EDI en el e-commerce B2B (business-to-business).
- 2. Factores externos.
 - a. Capacidades de los motores de búsqueda.
 - b. Pautas para el registro de un sitio web e-commerce.
 - c. Opciones de ancho de banda un sitio web e-commerce.
 - d. Características de los navegadores.
 - e. Métodos para maximizar el acceso de clientes a un sitio web e-commerce.
 - f. Características del estándar de pago SET.
 - g. El papel de la certificación en un sitio web e-commerce.
 - h. Transacciones seguras en e-commerce.
 - i. Aspectos transnacionales del e-commerce.
 - j. Cuestiones relativas a la propiedad intelectual en el e-commerce.
 - k. Cuestiones relativas a los impuestos del e-commerce.
- 3. Tecnologías básicas de desarrollo.
 - a. Opciones de plataforma de servidor Web.



- b. Características de los sistemas operativos de las plataformas.
- c. Servidores Web para e-commerce.
- d. Creación de un "carro de la compra" en un sitio Web de-commerce.
- e. Papel de las "cookies" para el registro de la actividad del cliente.
- f. Características del lenguaje HTML.
- g. Características de DHTML.
- h. Comparación de SGML con XML.
- i. Características del interfaz "Common Gateway".
- j. Características del lenguaje HTML.
- k. Características del Active Server.
- 4. Paradigmas de la programación.
 - a. Cuestiones relativas a la implantación de una solución de e-commerce.
 - b. Características de la integración táctica de un sitio Web.
 - c. Características de la gestión de un sitio Web.
 - d. Restricciones del HTML.
 - e. Pautas para la creación de un VBScript para comunicarse con el cliente.
 - f. Característica de JAVA y de los "applets" de JAVA.
 - g. Diferencias entre los lenguajes de programación y los "scripts"
 - h. Características de los lenguajes de programación disponibles para el entorno Web.
 - i. Características de PERL.
 - j. Características de Visual Basic apropiadas para servidores de e-commerce.
 - k. Características de C/C++ apropiadas para servidores de e-commerce.

LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO.

- 1. Firewalls (cortafuegos) y seguridad.
 - a. Política de seguridad en e-commerce.
 - b. Evaluación de los riesgos de la política de seguridad en e-commerce.
 - c. Administración de accesos y seguridad de la red.
 - d. Opciones de seguridad física.
 - e. Riesgos de la descarga de código vía navegador Web.
 - f. Características de un firewall.
 - g. Niveles de implantación de firewalls.
 - h. Características y funciones de los firewalls packet-filter.
 - i. Características y funciones de los firewalls proxy.
 - j. El papel de los firewalls personales en e-commerce.
 - k. Características de los firewalls dinámicos.
- 2. Encriptación de la información.
 - a. Conceptos básicos de la encriptación de datos.
 - b. Concepción moderna de la encriptación de datos.
 - c. Protección que proporciona la encriptación de datos.
 - d. Aplicaciones de la encriptación.
 - e. Características de los sistemas de encriptación:
 - f. De clave pública.
 - g. De clave secreta.
 - h. Seguimiento de la normativa global y sistemas de encriptación.
 - i. Características de los estándares de encriptación.
 - j. Características del Data Encryption Standard (DES).
 - k. Características del método de encriptación Pretty Good Privacy (PGP).
 - l. Características del método de encriptación RSA.
 - m. Estándares de la criptografía de clave pública PKCS.



- n. Estándares de la criptografía de clave pública PKCS.
 - o. Componentes una infraestructura de clave pública PKI.
 - p. Características del modelo Kerberos.
 - q. Características del Secure Lockets Layer (SSL).
 - r. Características Secure del protocolo IPsec.
 - s. Tecnologías para un correo electrónico seguro.
 - t. El papel de las redes virtuales privadas (VPN) en el e-commerce.
3. Autenticación y autorización.
- a. Métodos de autenticación y autorización para individuos.
 - b. El papel de las claves de usuario en el proceso de autenticación.
 - c. Tipos de "tokens" utilizados en el proceso de autenticación.
 - d. Características de los sistemas biométricos.
 - e. Funciones de las técnicas de firma simple.
 - f. Clases de certificados digitales.
 - g. Proceso de obtención de certificados personales.
 - h. Proceso de obtención de certificados de servidor.
4. Seguridad en los pagos en e-commerce.
- a. Características de la caja electrónica.
 - b. Características de las tarjetas "smart".
 - c. Papel de las tarjetas de crédito y débito en e-commerce.
 - d. Características de SET.
 - e. Características de los protocolos iKP.

IMPLEMENTACIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

1. Magnitud de la implementación.
- a. Componentes de un sitio Web básico de e-commerce.
 - b. Consideraciones de desarrollo de un sitio Web de e-commerce.
 - c. Clases de productos y niveles de funcionalidad de un sitio Web de e-commerce.
 - d. Características y funciones de las "cestas de compra".
 - e. Funciones de los sistemas de tienda on-line.
 - f. Aspectos típicos en la implementación de sistemas de e-commerce de escala media.
 - g. Características de tienda on-line
 - h. Características de la gestión de almacenes.
 - i. Aspectos típicos en la implementación de sistemas de e-commerce de gran escala.
 - j. Características avanzadas de tienda on-line
 - k. Características de la gestión de almacenes.
 - l. El papel del software de control de acceso e identificación de usuarios en la venta de productos on-line.
 - m. Principios de personalización en la venta on-line.
 - n. Personalización en la experiencia de compra on-line.
 - o. Personalización de productos en la venta on-line.
 - p. Métodos para vender un mismo producto a distintas audiencias.
 - q. Gestión de una base de datos en un sitio Web de e-commerce.
 - r. Integración de los sistemas convencionales en las soluciones de e-commerce.
2. Aspectos avanzados de la implementación del e-commerce.
- a. Tecnologías clave de pago y sus mecanismos de proceso.
 - b. Papel de los recibos digitales en la venta on-line de productos.



- c. Funciones clave del equipo de desarrollo del sitio Web.
 - d. El equipo de desarrollo de marketing y ventas.
 - e. El equipo de técnico.
 - f. El equipo de desarrollo de contenidos.
 - g. Consideraciones clave acerca del hospedaje del Web e-commerce.
 - h. Elección de socios tecnológicos para el hospedaje.
3. Estudio de casos prácticos de implantación de soluciones e-commerce.

DESARROLLO DE UN PROYECTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO.

- 1. Obtención de ingresos on-line.
 - a. Características de los entornos de negocio on-line.
 - b. Esquema de un plan de negocio en e-commerce.
 - c. Esquema para construir un entorno de transacciones B2B.
 - d. Esquema para construir un modelo de transacciones B2B.
 - e. Beneficios de los sistemas de información de ingresos on-line.
 - f. Componentes del marketing mix on-line.
 - g. Esquema para construir un entorno de transacciones B2C.
 - h. Esquema para construir un modelo de transacciones B2C.
 - i. Papel del configurador de producto.
 - j. Esquema de desarrollo de un catálogo on-line.
 - k. Características de una campaña de ventas on-line.
- 2. Ventas y servicio.
 - a. Características del modelo de venta directa virtual.
 - b. El papel de los intermediarios.
 - c. Métodos de distribución on-line.
 - d. Características y ventajas de la gestión de cuentas on-line.
 - e. Características de un entorno de servicio al cliente on-line.
 - f. Características de un servicio técnico on-line.
- 3. Relaciones on-line con los clientes.
 - a. Elementos necesarios para construir una base de clientes on-line.
 - b. Tecnologías de bases de datos y relaciones on-line con los clientes.
 - c. Técnicas de marketing de relaciones on-line.
 - d. Herramientas de determinación del perfil del cliente on-line.
 - e. Características de un programa de clientes on-line.
 - f. Construcción de una marca.
 - g. El papel del prestigio de la marca.
 - h. Formas de maximizar la identidad de marca on-line.
 - i. El papel de los motores de búsqueda en la construcción de las marcas.
- 4. La cadena de valor virtual.
 - a. Impacto del e-commerce en las actividades primarias.
 - b. Impacto del e-commerce en las actividades secundarias.
 - c. El concepto de la ley de los activos digitales.
 - d. Incorporación del modelo de la cadena de valor virtual en un plan de negocio.
 - e. Procesos que facilitan la transición del negocio al e-commerce.
 - f. Nuevos productos y oportunidades de servicio.
 - g. Criterios clave para la obtención de una cuota de mercado on-line.
 - h. Papel del e-commerce en una ventaja competitiva global.
 - i. Estrategias de localización del e-commerce.
 - j. Desarrollo y expansión de productos basados en el e-commerce.