

Código: 09069
Unidad Formativa:
UF0032 - Venta online
Módulo: MF0239_2 - OPERACIONES DE VENTA
Certificado de Profesionalidad:
COMV0108 - ACTIVIDADES DE VENTACOMT0411 - GESTIÓN COMERCIAL DE VENTASCOMT0112 - ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIOCOMT0112 - ACTIVIDADES DE GESTIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO
Modalidad: ONLINE
Duración: 30h.

Metodología

El Curso está desarrollado con una metodología a distancia/online. Este sistema de enseñanza está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales. También permite el acceso al curso a aquellas personas que viven en zonas rurales y que tienen interés en continuar formándose.
El alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a su disponibilidad de tiempo.

Se dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado, se exigirá un mínimo de 50% del total de las respuestas acertadas. Durante todo el transcurso de la formación, dispondrá de la atención de los tutores, así como la posibilidad de realizar consultas a través de la plataforma de teleformación para cursos online. Entre el material entregado en este curso, se adjunta un documento llamado *Guía didáctica del alumno* donde aparece el horario de tutorías y demás información relevante.

El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá de la modalidad elegida y de las horas de formación. La titulación será remitida por correo una vez corregido su examen, o puesta a su disposición en la plataforma de teleformación una vez finalizado el curso.

Profesorado, medios y titulación

Nuestro centro de formación ha sido fundado en 1996 y en la actualidad, tiene presencia a nivel nacional disponiendo de una plantilla de más de 800 docentes entre personal laboral y freelance. Todos ellos son especialistas en diferentes familias profesionales y les acreditan los numerosos cursos que han impartido para nuestro grupo empresarial. Entre nuestro staff de formadores se encuentran ingenieros, arquitectos, economistas, informáticos, publicistas, diseñadores, médicos, enfermeros, veterinarios, fisioterapeutas, psicólogos, sociólogos, periodistas, filólogos, abogados, cocineros, licenciados en administración de empresas, licenciados en actividades físicas y deportivas, jardineros, peluqueros, educadores sociales, etc.

En todos nuestros cursos, independientemente de la metodología, se ponen a disposición del alumno los medios y materiales docentes necesarios para el desarrollo del mismo.
En los cursos en modalidad e-learning, las consultas y tutorías se pueden realizar a través de teléfono, email y la propia plataforma de teleformación.

En cuanto a la titulación, mostramos a continuación, el modelo de diploma que obtendrás a la finalización del curso:


Fundación Estatal
PARA LA FORMACIÓN EN EL EMPLEO

DIPLOMA
ACREDITATIVO

D./Dña. **XXXXX XXXXX XXXXX** con D.N.I. **11111111H**, ha realizado, con pleno aprovechamiento, el curso titulado **Curso Intensivo de Inglés B2**, con Código **19656** Grupo **30694**, entre los días **29/06/2023** y**30/08/2023**, con una duración total de **56** horas, en la modalidad formativa **ONLINE**

Contenidos impartidos (Ver Dorso)

Firma y sello de la entidad responsable de impartir la formación

Tel.: 91 1097505
www.aulaforma.es

Fecha de expedición
31 AGO 2023

Firma del alumno

Requistos previos

No hay requisitos previos, ni formativos ni profesionales.

Salidas profesionales

Este curso está específicamente diseñado para incrementar la cualificación profesional en la familia o sector correspondiente.

Objetivos

Este curso capacita al alumnado para desenvolverse con solvencia profesional en la venta a través de Internet, desde la comprensión del canal digital y de los distintos modelos de comercio electrónico hasta el diseño comercial y la explotación de una tienda virtual. Está dirigido a personal de ventas, atención al cliente y responsables de pequeños comercios o proyectos digitales que necesitan convertir un sitio web en un punto de venta eficaz. El alumnado aprende a analizar las relaciones comerciales que se establecen en línea y las utilidades de los sistemas conectados, a interpretar el comportamiento del internauta como cliente potencial y real y a aplicar criterios comerciales al diseño de páginas web, incluidos la selección de aplicaciones de gestión de contenidos y el uso de servidores adecuados. La práctica se completa con la implantación de tiendas virtuales, la gestión de los medios de pago y el tratamiento de conflictos y reclamaciones, de modo que la actividad de venta resulte segura y fiable para el cliente. Al finalizar, el alumnado será capaz de diseñar y mantener una propuesta de venta online coherente, atractiva y adaptada a las expectativas del comprador, gestionando pedidos, cobros e incidencias con criterios profesionales.

Contenidos

Módulo 1: El comercio electrónico y las relaciones comerciales en Internet
1.1 - Del comercio tradicional a la venta en el entorno digital
1.2 - Relaciones comerciales que se establecen a través de Internet
1.3 - Utilidades de los sistemas en línea para la empresa y la clientela
1.4 - Ventajas, riesgos y límites de la actividad comercial conectada
1.5 - Perfiles de comprador digital y nuevas expectativas de consumo
1.6 - Marco normativo y buenas prácticas aplicables al comercio electrónico
Resumen del módulo 1
Módulo 2: Modelos de comercio y servicios en línea
2.1 - Tipologías de comercio electrónico según los agentes implicados
2.2 - Modelos de negocio para la venta a través de Internet
2.3 - Fórmulas actuales: marketplaces, suscripción y afiliación
2.4 - Servidores y alojamiento de los servicios en línea
2.5 - Dominios, correo electrónico y servicios asociados
2.6 - Seguridad y continuidad de la infraestructura digital
Resumen del módulo 2
Módulo 3: El internauta como cliente potencial y real
3.1 - El internauta ante la oferta comercial: cliente potencial y real
3.2 - Hábitos de navegación y proceso de decisión de compra
3.3 - Segmentación de la clientela en el canal digital
3.4 - Confianza, percepción de riesgo y credibilidad del sitio
3.5 - Accesibilidad y experiencia de uso para el visitante
Resumen del módulo 3
Módulo 4: Diseño comercial de páginas web
4.1 - Objetivos comerciales que debe cubrir una página web
4.2 - Arquitectura de la información y recorridos de navegación
4.3 - Jerarquía visual, color y tipografía al servicio de la venta
4.4 - Contenidos persuasivos y llamadas a la acción
4.5 - Usabilidad y optimización de la conversión
4.6 - Diseño adaptable a dispositivos móviles
Resumen del módulo 4
Módulo 5: Tiendas virtuales
5.1 - Elementos y estructura de una tienda virtual
5.2 - Catálogo, fichas de producto y política de precios
5.3 - El proceso de compra: carrito y formalización del pedido
5.4 - Gestión de pedidos, existencias y logística
5.5 - Atención al cliente dentro de la tienda
5.6 - Analítica y mejora continua del punto de venta
Resumen del módulo 5
Módulo 6: Medios de pago en Internet
6.1 - Panorama de los medios de pago en línea
6.2 - Tarjetas, transferencias y monederos digitales
6.3 - Pasarelas de pago y procesamiento de cobros

6.4 - Seguridad de las transacciones y protección de datos
6.5 - Prevención del fraude en la venta en línea
6.6 - Facturación y justificantes de compra
Resumen del módulo 6
Módulo 7: Conflictos y reclamaciones de clientes
7.1 - Comunicación y atención al cliente en el entorno digital
7.2 - Gestión de consultas, quejas y reclamaciones
7.3 - Devoluciones, cambios y garantías
7.4 - Resolución de conflictos y vías de mediación
7.5 - Reputación en línea y fidelización del cliente
Resumen del módulo 7
Módulo 8: Aplicaciones para el diseño web y gestión de contenidos
8.1 - Aplicaciones a nivel de usuario para el diseño de páginas web
8.2 - Sistemas de gestión de contenidos (CMS)
8.3 - Creación y edición de contenidos comerciales
8.4 - Publicación, actualización y mantenimiento del sitio
8.5 - Integración con tienda, pagos y herramientas de análisis
8.6 - Buenas prácticas en la gestión de contenidos
Resumen del módulo 8