



Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

Diciembre 2022

IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

Denominación de la especialidad:	COMERCIO EN INTERNET. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	COMPRAVENTA
Código:	COMT0008
Nivel de cualificación profesional:	1

Objetivo general

Analizar en qué forma el uso de internet puede ayudarnos a mejorar los resultados empresariales, aprendiendo a utilizar las herramientas que permitan minimizar costes y aumentar los ingresos y clientes, además de utilizar las técnicas básicas de presencia en redes sociales y generar ingresos con el comercio electrónico.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	MINIMIZACIÓN DE COSTES EN EL COMERCIO EN INTERNET	23 horas
Módulo 2	AUMENTO DE LOS POSIBLES CLIENTES (MARKETING 2.0)	23 horas
Módulo 3	PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES	22 horas
Módulo 4	CREACIÓN DE INGRESOS (COMERCIO ELECTRÓNICO)	22 horas

Modalidad de impartición

Presencial

Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición 90 horas

Teleformación Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas

Requisitos de acceso del alumnado

Acreditaciones / titulaciones	No se requieren acreditaciones/titulaciones. No obstante, se han de poseer las habilidades de comunicación lingüística suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación.
Experiencia profesional	No se requiere
Modalidad de teleformación	Además de lo indicado anteriormente, los participantes han de tener las destrezas suficientes para ser usuarios de la plataforma virtual en la que se apoya la acción formativa.

Prescripciones de formadores y tutores

Acreditación requerida	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, en el ámbito de comercio y márketing - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente en el ámbito de comercio y márketing - Técnico o Técnico Superior de la familia profesional de comercio y márketing. - Certificados de profesionalidad de nivel 2 o 3 de comercio y marketing.
Experiencia profesional mínima requerida	Cuando no se posea titulación específica relacionada con el ámbito objeto de la formación, se requerirá al menos, 1 año de experiencia laboral en estas materias.
Competencia docente	Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos: - Certificado de profesionalidad de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo o equivalente, o tener formación en metodología didáctica para adultos (mínimo 300 horas). - Acreditar una experiencia docente superior a 300 horas. - Titulaciones universitarias de Psicología/ Pedagogía/ o Psicopedagogía, Máster Universitario de Formación de Formadores u otras acreditaciones oficiales equivalentes.
Modalidad de teleformación	Además de cumplir con las prescripciones establecidas anteriormente, los tutores-formadores deben acreditar una formación, de al menos 30 horas, o experiencia, de al menos 60 horas, en esta modalidad y en la utilización de las tecnologías de la información y comunicación.

Requisitos mínimos de espacios, instalaciones y equipamientos

Espacios formativos	Superficie m ² para 15 participantes	Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes)
Aula de gestión	45.0 m ²	2.4 m ² / participante

Espacio formativo	Equipamiento
Aula de gestión	- Mesa y silla para el formador - Mesas y sillas para el alumnado - Material de aula - Pizarra - PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el

	formador - PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes - Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa.
--	---

La superficie de los espacios e instalaciones estarán en función de su tipología y del número de participantes. Tendrán como mínimo los metros cuadrados que se indican para 15 participantes y el equipamiento suficiente para los mismos.

En el caso de que aumente el número de participantes, hasta un máximo de 30, la superficie de las aulas se incrementará proporcionalmente (según se indica en la tabla en lo relativo a m²/participante) y el equipamiento estará en consonancia con dicho aumento.

No debe interpretarse que los diversos espacios formativos identificados deban diferenciarse necesariamente mediante cerramientos.

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

Aula virtual

Características
• La impartición de la formación mediante aula virtual se ha de estructurar y organizar de forma que se garantice en todo momento que exista conectividad sincronizada entre las personas formadoras y el alumnado participante así como bidireccionalidad en las comunicaciones. • Se deberá contar con un registro de conexiones generado por la aplicación del aula virtual en que se identifique, para cada acción formativa desarrollada a través de este medio, las personas participantes en el aula, así como sus fechas y tiempos de conexión.

Si la especialidad se imparte en **modalidad de teleformación**, cuando haya tutorías presenciales, se utilizarán los espacios formativos y equipamientos necesarios indicados anteriormente.

Para impartir la formación en **modalidad de teleformación**, se ha de disponer del siguiente equipamiento.

Plataforma de teleformación

La plataforma de teleformación que se utilice para impartir acciones formativas deberá alojar el material virtual de aprendizaje correspondiente, poseer capacidad suficiente para desarrollar el proceso de aprendizaje y gestionar y garantizar la formación del alumnado, permitiendo la interactividad y el trabajo cooperativo, y reunir los siguientes requisitos técnicos de infraestructura, software y servicios:

- **Infraestructura:**

- Tener un 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:
 - a) Soportar un número de alumnos equivalente al número total de participantes en las acciones formativas de formación profesional para el empleo que esté impartiendo el centro o entidad de formación, garantizando un hospedaje mínimo igual al total del alumnado de dichas acciones, considerando que el número máximo de alumnos por tutor es de 80 y un número de usuarios concurrentes del 40% de ese alumnado.
 - b) 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 300 Mbs, suficiente en bajada y subida.
- Estar en funcionamiento 24 horas al día, los 7 días de la semana.

- **Software:**

- Compatibilidad con el estándar SCORM y paquetes de contenidos IMS.
- Niveles de accesibilidad e interactividad de los contenidos disponibles mediante tecnologías web 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 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, 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 40 a 43 de la citada Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, así como, en lo que resulte de aplicación, en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas respecto del tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.
- Compatibilidad tecnológica y posibilidades de integración con cualquier sistema operativo, base de datos, navegador de Internet de 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.
- Disponibilidad del servicio web de seguimiento (operativo y en funcionamiento) de las acciones formativas impartidas, conforme al modelo de datos y protocolo de transmisión establecidos en el anexo V de la Orden/TMS/369/2019, de 28 de marzo.

- **Servicios y soporte:**

- Sustentar el material virtual de aprendizaje de la especialidad formativa que a través de ella se imparta.

- Disponibilidad de un servicio de atención a usuarios que de soporte técnico y mantenga la infraestructura tecnológica y que, de forma estructurada y centralizada, atienda y resuelva las consultas e incidencias técnicas del alumnado. Las formas de establecer contacto con este servicio, que serán mediante teléfono y mensajería electrónica, tienen que estar disponibles para el alumnado desde el inicio hasta la finalización de la acción formativa, manteniendo un horario de funcionamiento de mañana y de tarde y un tiempo de demora en la respuesta no superior a 48 horas laborables.
- Personalización con la imagen institucional de la administración laboral correspondiente, con las pautas de imagen corporativa que se establezcan.
Con el objeto de gestionar, administrar, organizar, diseñar, impartir y evaluar acciones formativas a través de Internet, la plataforma de teleformación integrará las herramientas y recursos necesarios a tal fin, disponiendo, específicamente, de herramientas de:
 - Comunicación, que permitan que cada alumno pueda interactuar a través del navegador con el tutor-formador, el sistema y con los demás alumnos. Esta comunicación electrónica ha de llevarse a cabo mediante herramientas de comunicación síncronas (aula virtual, chat, pizarra electrónica) y asíncronas (correo electrónico, foro, calendario, tablón de anuncios, avisos). Será obligatorio que cada acción formativa en modalidad de teleformación disponga, como mínimo, de un servicio de mensajería, un foro y un chat.
 - Colaboración, que permitan tanto el trabajo cooperativo entre los miembros de un grupo, como la gestión de grupos. Mediante tales herramientas ha de ser posible realizar operaciones de alta, modificación o borrado de grupos de alumnos, así como creación de «escenarios virtuales» para el trabajo cooperativo de los miembros de un grupo (directorios o «carpetas» para el intercambio de archivos, herramientas para la publicación de los contenidos, y foros o chats privados para los miembros de cada grupo).
 - Administración, que permitan la gestión de usuarios (altas, modificaciones, borrado, gestión de la lista de clase, definición, asignación y gestión de permisos, perfiles y roles, autenticación y asignación de niveles de seguridad) y la gestión de acciones
 - Gestión de contenidos, que posibiliten el almacenamiento y la gestión de archivos (visualizar archivos, organizarlos en carpetas –directorios- y subcarpetas, copiar, pegar, eliminar, comprimir, descargar o cargar archivos), la publicación organizada y selectiva de los contenidos de dichos archivos, y la creación de contenidos.
 - Evaluación y control del progreso del alumnado, que permitan la creación, edición y realización de pruebas de evaluación y autoevaluación y de actividades y trabajos evaluables, su autocorrección o su corrección (con retroalimentación), su calificación, la asignación de puntuaciones y la ponderación de las mismas, el registro personalizado y la publicación de calificaciones, la visualización de información estadística sobre los resultados y el progreso de cada alumno y la obtención de informes de seguimiento.

Material virtual de aprendizaje:

El material virtual de aprendizaje para el alumnado mediante el que se imparta la formación se concretará en el curso completo en formato multimedia (que mantenga una estructura y funcionalidad homogénea), debiendo ajustarse a todos los elementos de la programación (objetivos y resultados de aprendizaje) de este programa formativo que figura en el Catálogo de Especialidades Formativas y cuyo contenido cumpla estos requisitos:

- Como mínimo, ser el establecido en el citado programa formativo del Catálogo de Especialidades Formativas.

- Estar referido tanto a los objetivos como a los conocimientos/ capacidades cognitivas y prácticas, y habilidades de gestión, personales y sociales, 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 adquisición de competencias, 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 y 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.

Ocupaciones y puestos de trabajo relacionados

1422 DIRECTORES Y GERENTES DE BARES, CAFETERÍAS Y SIMILARES

4424 TELEOPERADORES

5220 VENDEDORES EN TIENDAS Y ALMACENES

1421 DIRECTORES Y GERENTES DE RESTAURANTES

14211029 DIRECTORES DE RESTAURANTE, DE 10 O MÁS ASALARIADOS

14211038 GERENTES DE RESTAURANTE Y ESTABLECIMIENTOS SIMILARES, CON

Requisitos oficiales de las entidades o centros de formación

Estar inscrito en el Registro de entidades de formación (Servicios Públicos de Empleo).

Centro Móvil

Es posible impartir esta especialidad en centro móvil.

DESARROLLO MODULAR

MÓDULO DE FORMACIÓN 1:

MINIMIZACIÓN DE COSTES EN EL COMERCIO EN INTERNET

OBJETIVO

Comprender los principios de la Web 2.0 y la digitalización de la empresa como parte de una serie de medidas para encontrar Partners, proveedores e información pertinente para trasladarse a la red y aumentar el número de clientes

DURACIÓN TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

23 horas

Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Conocimiento acerca de la Web 2.0 + mundo online.
- Asimilación de los principios de la Web 2.0.
- Comprensión de La empresa 2.0
- Digitalización de una empresa.
- Gestión adecuada del tiempo.
- Uso de la red como fuente de información.
- Localización de partners, colaboradores y proveedores.
- Administración electrónica.
- Gestión de la banca electrónica.
- Seguimiento de la normativa respecto a la reducción inversión económica.
- Conocimiento de los programas informáticos: Cloud Computing (pago por uso) y software libre.
- Gestión de las comunicaciones: voz sobre IP, videoconferencias, fax PC-PC, what app...
- Gestión exitosa de clientes.
- Atención al cliente on-line: eMail, chat.
- Uso de los foros y su empleo como herramienta de asistencia.
- Gestión de las quejas y reclamaciones: la rapidez en la respuesta

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Pérdida del "miedo" a las nuevas tecnologías.
- Concienciación de la importancia de avanzar en la gestión digital de trámites
- Concienciación de la importancia de adoptar medidas para posicionarse en internet.

OBJETIVO

Conocer y aplicar las labores de marketing en la Red desarrollando un conocimiento de las tendencias que existen, los medios para lograr viralizar y difundir contenidos y desarrollar una marca personal reconocible con una buena reputación que sirva para el comercio en línea

DURACIÓN TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

23 horas

Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Indicación de cuando crear una página
- Uso de plataformas y directorios comerciales para darse a conocer.
- Aplicación de los pasos fundamentales para crear una página web.
- Traslado del procedimiento clásico del marketing a la red.
- Realización de performance marketing (coste según resultados).
- Realización de Display (Publicidad gráfica en la red).
- Uso del Email Marketing.
- Organización de campañas SEM (publicidad en buscadores; posicionamiento patrocinado o de pago).
- Posicionamiento orgánico SEO (posicionamiento por contenido).
- Procedimientos de análisis.
- Realización de marketing en línea teniendo en cuenta contexto, producto y comunidad.
- Identificación de las herramientas adecuadas.
- Uso de eProduct marketing.
- Uso de eResearch.
- Uso de ePricing.
- Gestión de ePromotion y eAudit.
- Gestión de eCommerce.
- Gestión de eAdvertising .
- Gestión de eBranding.
- Realización de trade eMarketing.
- Realización de eCommunication.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Ser consciente de la importancia de elaborar un plan de marketing adaptado a cada entidad.
- Ser consciente de las ventajas de desarrollar una marca personal reconocible y competente.
- Apreciar el aumento de productividad derivado de la gestión de los procesos de la empresa a través de internet.

OBJETIVO

Elaborar y mantener en el tiempo una marca personal en internet a través de las redes sociales para llamar la atención de las partes interesadas.

DURACIÓN TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

22 horas

Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Establecimiento para el contacto con interesados.
- Evolución del Plan de marketing al Social media Plan.
- Conocimiento de cómo difundir una idea en la web.
- Gestión de Blogs y microblogs (eventos para bloggers).
- Realización del Marketing viral.
- Gestión de redes sociales.
- Formatos publicitarios en redes sociales.
- Que hablen bien de nosotros.
- Identificar el espacio adecuado para estar.
- Gestión de un proyecto en redes sociales.
- Monitorización y reputación.
- Detección y resolución de crisis 2.0.
- Asimilación de la relación entre Web 3.0 y marketing como futuro.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Organización de las redes sociales de la organización.
- Monitorización de la reputación de nuestra marca personal.
- Conciencia de la importancia de atender con rapidez las quejas e incidencias.

OBJETIVO

Aplicar soluciones para gestionar y mantener un negocio en línea y generar ingresos desarrollando una marca personal de buena reputación.

DURACIÓN TOTAL EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN:

22 horas

Teleformación:

Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación de soluciones antes de crear una tienda virtual.
- Identificación de los sitios de afiliación y descuento.
- Conocimiento del concepto de Market Place.
- Conocimiento acerca del coste de una tienda: Saas (tiendas en la nube), Open Source (código abierto), soluciones a medida.
- Identificación de los siguientes aspectos: catálogo de productos, proceso de registro, proceso de venta, integración con otros procesos de la empresa.
- Identificación de métodos para mejorar el proceso de cobro.
- Realización del pedido y facturación onLine.
- Identificación de los medios de pago offLine: contrarrembolso, transferencia, domiciliación bancaria.
- Identificación de los medios de pago onLine: tarjetas, Paypal.
- Conocimiento de los procedimientos para pagar por móvil.
- Conocimiento del M-Commerce.
- Realización del comercio mediante móvil.
- Aspectos legales.
- Comprensión de las obligaciones en materia de protección de datos de carácter personal.
- Uso de cookies.
- Contratación online.
- Conocimiento acerca de cuestiones sobre entrega, devoluciones, etc.

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Tomar conciencia de las ventajas y riesgos del comercio electrónico
- Tomar conciencia de la necesidad de proteger los datos de carácter personal
- Disposición a incrementar los procesos de compra venta a través de la red.

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE EN LA ACCIÓN FORMATIVA

- La evaluación tendrá un carácter teórico-práctico y se realizará de forma sistemática y continua, durante el desarrollo de cada módulo y al final del curso.
- Puede incluir una evaluación inicial de carácter diagnóstico para detectar el nivel de partida del alumnado.
- La evaluación se llevará a cabo mediante los métodos e instrumentos más adecuados para comprobar los distintos resultados de aprendizaje, y que garanticen la fiabilidad y validez de la misma.
- Cada instrumento de evaluación se acompañará de su correspondiente sistema de corrección y puntuación en el que se explicita, de forma clara e inequívoca, los criterios de medida para evaluar los resultados alcanzados por los participantes.
- La puntuación final alcanzada se expresará en términos de Apto/ No Apto.