



The Digital Skills Standard

# ICDL Profesional

# ECOMMERCE

Programa de estudio 1.0



**Documento del programa de estudio**



### **Propósito**

Este documento detalla el programa de estudio para el módulo eCommerce (comercio electrónico). El programa de estudio describe, a través de los resultados del aprendizaje, los conocimientos y las competencias que debería poseer un candidato para el módulo de eCommerce. El programa de estudio también ofrece una base para el examen teórico y práctico que comprende este módulo.

### **Copyright © 2022 ICDL Foundation**

Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción de cualquier elemento de esta publicación de cualquier forma, salvo que lo permita ICDL Foundation. Las solicitudes de reproducción del material deberán dirigirse a ICDL Foundation.

### **Descargo de responsabilidad**

A pesar de que ICDL Foundation ha tomado todos los recaudos para la elaboración de esta publicación, ICDL Foundation, en su calidad de editor, no garantiza que la información contenida aquí esté completa, ni tampoco ICDL Foundation será responsable de ningún error, omisión, imprecisión, pérdida o daño que surja en virtud de dicha información o de toda instrucción o recomendación presente en esta publicación. ICDL Foundation se reserva el derecho, a su entera discreción, de realizar cambios en cualquier momento y sin previo aviso.

## Módulo eCommerce

Este módulo expone conceptos y habilidades esenciales en relación con los fundamentos del eCommerce (comercio electrónico).

### Objetivos del módulo

Los candidatos exitosos serán capaces de:

- Definir los conceptos clave del eCommerce y de su ecosistema, incluyendo su impacto social y económico.
- Identificar los principales tipos de transacciones de eCommerce y sus modelos de negocios.
- Reconocer los objetivos clave de la adopción del eCommerce y las consideraciones de planificación.
- Identificar varias opciones de presencia en eCommerce.
- Reconocer las habilidades clave en la creación de una tienda en una plataforma de tiendas en línea, una plataforma de redes sociales y un mercado de eCommerce.
- Identificar las herramientas de marketing de eCommerce más comunes y sus métricas de rendimiento.

CATEGORÍA	ÁREA DE CONOCIMIENTO	REF.	TAREA DE TRABAJO
<i>1 Visión general y planificación</i>	<i>1.1 Visión general del eCommerce</i>	1.1.1	Definir los términos eCommerce y ecosistema de eCommerce.
		1.1.2	Identificar los principales componentes de un ecosistema de eCommerce como el marketing, las plataformas, el procesamiento de datos, los servicios de pago, el almacenamiento y la logística, y las comunicaciones.
		1.1.3	Identificar los factores externos clave que apoyan un ecosistema de eCommerce como la confianza, la preparación digital, la normativa, los factores económicos y las normas sociales.
		1.1.4	Identificar los tipos de transacciones de eCommerce principales: B2B (Business-to-Business / negocio a negocio) y B2C (Business-to-Consumer / negocio a consumidor). Reconocer las tendencias clave en las transacciones de eCommerce B2B y B2C como las transfronterizas, la comodidad del usuario, el enfoque en la experiencia de compra y el uso de AI (Inteligencia Artificial).

CATEGORÍA	ÁREA DE CONOCIMIENTO	REF.	TAREA DE TRABAJO
		1.1.5	Reconocer las repercusiones económicas del eCommerce como un mayor acceso al mercado, una mayor competencia y menor tiempo de comercialización.
		1.1.6	Reconocer las repercusiones sociales del eCommerce como la digitalización, una mayor oferta para los consumidores y nuevas oportunidades.
	<i>1.2 Modelos de negocios de eCommerce y planificación</i>	1.2.1	Identificar los principales modelos de negocio de eCommerce como el directo al consumidor, la venta al por mayor, la digitalización al por menor, el dropshipping, (envío directo) la reventa, white labelling, (etiqueta blanca), y la suscripción.
		1.2.2	Reconocer los objetivos clave de la adopción de eCommerce como conseguir nuevos clientes, crear una experiencia de cliente diferenciada, crear un valor único y reducir costos.
		1.2.3	Reconocer las consideraciones clave en la planificación de un negocio de eCommerce como la inversión potencial, el producto, los compradores potenciales, la plataforma, la promoción y el rendimiento.
		1.2.4	Reconocer la importancia del análisis de productos, mercados y competidores. Identificar ejemplos de herramientas comunes para el análisis de productos, mercados y competidores.
<b>2 Infraestructura del eCommerce</b>	<i>2.1 Plataforma de tiendas online</i>	2.1.1	Reconocer plataformas habituales de tiendas online. Identificar ejemplos de implementación de tiendas online.
		2.1.2	Reconocer las características de una plataforma de tiendas online como el tema del sitio web, la flexibilidad del diseño, la identidad de la marca, la conexión con el canal de ventas en los mercados y las redes sociales y la personalización.
		2.1.3	Reconocer los pasos clave para crear una tienda en una plataforma de tiendas online, como crear una cuenta, personalizar un tema, crear una identidad comercial, agregar información relacionada con los productos, establecer las políticas de la tienda, las opciones de envío y otras preferencias.

CATEGORÍA	ÁREA DE CONOCIMIENTO	REF.	TAREA DE TRABAJO
	<i>2.2 Plataforma de comercio social</i>	2.2.1	Reconocer las plataformas de comercio social más comunes. Identificar ejemplos de implementación de comercio social.
		2.2.2	Reconocer las características de una plataforma de comercio social como las publicaciones, imágenes compartidas, el vínculo con la tienda online, el compromiso con los clientes potenciales, la experiencia personalizada del cliente y las presentaciones multimedia.
		2.2.3	Reconocer los pasos clave para establecer una presencia comercial en una plataforma de comercio social, como crear una cuenta comercial, seleccionar el método de pago, seleccionar el canal de venta, agregar productos, gestionar la tienda y gestionar los canales de venta.
	<i>2.3 Mercado de eCommerce</i>	2.3.1	Identificar los tipos de mercados de eCommerce, como los verticales y los horizontales. Identificar ejemplos comunes de mercados de eCommerce.
		2.3.2	Reconocer las características de un mercado de eCommerce como el alto volumen de tráfico, el motor de búsqueda de compras, la página de resultados de búsqueda, la página de productos y los comentarios de los clientes.
		2.3.3	Reconocer los pasos clave para posibilitar vender en un mercado de eCommerce, como crear una cuenta, agregar un producto y establecer la opción de cumplimiento de pedidos.
<i>3 Implementación del eCommerce y compromiso</i>	<i>3.1 Implementación del eCommerce</i>	3.1.1	Reconocer las consideraciones de la implementación de eCommerce, como el mantenimiento, los indicadores clave de rendimiento, la escalabilidad, las opciones de pago, el cumplimiento de los pedidos, la responsabilidad y los impuestos.
		3.1.2	Reconocer las consideraciones clave para la protección y la seguridad de los datos, como la normativa de protección de datos, las políticas de seguridad y privacidad de terceros y los planes de respuesta a las vulneraciones de datos.
		3.1.3	Reconocer los recursos de asistencia para la implementación del eCommerce.

CATEGORÍA	ÁREA DE CONOCIMIENTO	REF.	TAREA DE TRABAJO
	<i>3.2 Compromiso con eCommerce</i>	3.2.1	Identificar enfoques comunes de marketing de eCommerce, como el marketing de tiendas online, el marketing social y el marketing de mercado.
		3.2.2	Reconocer las métricas comunes de compromiso de eCommerce, como las métricas de rendimiento de la tienda online, las métricas de compromiso social y las métricas de rendimiento del mercado.