Catálogo de Especialidades Formativas

**PROGRAMA FORMATIVO**

E-BUSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ONLINE

Junio 2025

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL
SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL
SEPE

SISTEMA NACIONAL DE EMPLEO

## IDENTIFICACIÓN DE LA ESPECIALIDAD Y PARÁMETROS DEL CONTEXTO FORMATIVO

| | |
|---|---|
| **Denominación de la especialidad:** | E-BUSINESS: DESARROLLO DE NEGOCIO ONLINE |
| **Familia Profesional:** | COMERCIO Y MARKETING |
| **Área Profesional:** | COMPRAVENTA |
| **Código:** | COMT0047 |
| **Nivel de cualificación profesional:** | 2 |

### Objetivo general

Analizar el entorno empresarial y su influencia en el comportamiento de las personas consumidoras y productoras para implementar un negocio en Internet.

### Relación de módulos de formación

| | | |
|---|---|---|
| **Módulo 1** | El comercio online y ecosistema tecnológico | 15 horas |
| **Módulo 2** | Comercio electrónico para empresas y consumidores: claves del B2B y B2C | 15 horas |
| **Módulo 3** | Marketing digital y procesos de captación y fidelización online | 15 horas |
| **Módulo 4** | Métodos de pago, seguridad, logística y normativa | 15 horas |

### Modalidades de impartición

**Presencial**
**Teleformación**

### Duración de la formación

| | |
|---|---|
| **Duración total en cualquier modalidad de impartición** | 60 horas |
| **Teleformación** | Duración total de las tutorías presenciales: 0 horas |

### Requisitos de acceso del alumnado

| | |
|---|---|
| **Acreditaciones / titulaciones** | Cumplir como mínimo alguno de los siguientes requisitos:<br><br>-Certificado de profesionalidad de nivel 1<br>-Título Profesional Básico (FP Básica)<br>-Título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) o equivalente<br>-Título de Técnico (FP Grado medio) o equivalente<br>-Certificado de profesionalidad de nivel 2<br>-Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Medio<br>-Haber superado cualquier prueba oficial de acceso a la universidad |
| **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:<br>• Licenciado, Ingeniero, Arquitecto o Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo.<br>• Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo.<br>• Técnico Superior, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y Marketing.<br>• Certificados de profesionalidad de nivel 3, preferiblemente de la familia profesional de Comercio y Marketing. |
| **Experiencia profesional mínima requerida** | Se requiere 1 año en el ámbito de Compraventa, en caso de disponer de formación.Se requieren 3 años en el ámbito de Compraventa, en caso de no disponer de formación. |
| **Competencia docente** | Se requiere cumplir como mínimo con alguno de los siguientes requisitos:<br>- Experiencia docente acreditable de, al menos, 150 horas, en los últimos 2 años, relacionada con la Familia Profesional de Comercio y Marketing.- Seis meses de experiencia docente en el sector o en su defecto, aportar una de las siguientes titulaciones: Máster del profesorado, Certificado de Aptitud Pedagógica (CAP), Certificado Profesional de Docencia de la Formación Profesional para el Empleo SSCE0110.<br>- 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 m² para 15 participantes | Incremento Superficie/ participante (Máximo 30 participantes) |
|---|---|---|
| Aula de gestión | 45.0 m² | 2.4 m² / participante |

| Espacio formativo | Equipamiento |
|---|---|
| Aula de gestión | - Mesa y silla para el formador<br>- Mesas y sillas para el alumnado<br>- Material de aula<br>- Pizarra<br>- PC instalado en red con posibilidad de impresión de documentos, cañón con proyección e Internet para el formador<br>- PCs instalados en red e Internet con posibilidad de impresión para los participantes<br>- Software específico para el aprendizaje de cada acción formativa.<br>- Plataformas de e-commerce (Shopify, WooCommerce, Magento, entre otros).- Software de análisis y estadística (Google Analytics, Tableau, Power BI, entre otros).- Software de gestión de relaciones con clientela: (Salesforce, Hubspot, CRM, entre otros).- Software de marketing digital (Mailchimp, Hootsuite, Buffer, entre otros). |

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.

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 cumplimento 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 interaccionar 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 formativas.
  - 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 secuenciase pedagógicamente de tal manera que permiten 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

- 26511030 TÉCNICOS EN ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINIÓN PÚBLICA(MARKETING)
- 26511049 TÉCNICOS EN PUBLICIDAD Y/O RELACIONES PÚBLICAS
- 26511085 GESTORES DE REDES SOCIALES
- 27131015 DISEÑADORES DE PÁGINAS WEB
- 27131024 ANALISTAS-PROGRAMADORES WEB Y MULTIMEDIA

## 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.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 1: El comercio online y ecosistema tecnológico

### OBJETIVO

Identificar las herramientas, plataformas y tecnologías clave que impulsan los negocios digitales, así como analizar las diferentes soluciones tecnológicas.

### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

**Teleformación:** Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación de los principales elementos del comercio electrónico
    - Los 3 niveles del comercio electrónico
    - Ventajas e inconvenientes del e-commerce
    - Categorías de comercio electrónico según el tipo de vendedor y comprador
    - Etapas en el desarrollo del comercio electrónico
- Descripción de los mercados electrónicos
    - Componentes del mercado electrónico
    - Tipos de clientes según el mercado electrónico
    - Vendedores en mercados electrónicos
    - Infraestructura de mercados electrónicos
    - Oportunidades y retos en mercados electrónicos
    - Crecimiento exponencial de los usuario/as y las ventas
    - Factores que pueden frenar el crecimiento del comercio electrónico
    - Promoción del uso de infraestructuras digitales energéticamente eficientes
- Evolución y servicios en internet
    - Hosting web para tu negocio
    - Hospedaje web según las necesidades del negocio: pequeño y mediano sitio web, y el gran sitio web de tipo de empresa
- Enumeración de las cuestiones a tener en cuenta en el hospedaje web
    - La Red Digital de Servicios Integrados (ISDN o RDSI)
    - Digital Subscriber Line (DSL)
    - Niveles de soporte
- Diferenciación entre intranet y extranet
    - Conceptualización de una intranet
    - Desarrollo de intranets según el tipo de función empresarial
    - Utilidad de la extranet en el contexto empresarial
    - Aplicabilidad de una intranet y una extranet

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Implicación en el crecimiento comercial a través de mercados electrónicos.
- Consciencia por las características entre plataformas de e-commerce en base a las necesidades comerciales.
- Interés en la configuración de métricas para un comercio online.

| MÓDULO DE FORMACIÓN 2: | Comercio electrónico para empresas y consumidores: claves del B2B y B2C |
|---|---|

## OBJETIVO

Diferenciar los modelos de comercio electrónico B2B (Business to Business) y B2C (Business to Consumer), así como de sus diferencias, desafíos y oportunidades.

## DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

**Teleformación:** Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Descripción del Business to Business (B2B)
  - Características y claves del B2B
  - Tipos de mercados electrónicos B2B, verticales y horizontales
  - La cadena de suministración (supply chain) en el B2B
  - Beneficios de internet y el B2B para la cadena de suministro
- Aplicación de marketplace
  - El marketplace como un elemento generador de oportunidades de negocio
  - Características del marketplace
  - Principales ventajas de participar en un marketplace
  - Marketplace privados sell-side (one to many) y buy-side (e-procurement)
  - Distribuidores y el comercio electrónico B2B
  - Marketplaces públicos (many to many)
- Análisis del Business to Consumer (B2C)
  - Comercialización de productos online
  - Crecimiento del mercado B2C y modelos de venta digital (e-tailing)
- Enumeración de puntos de venta (B2C)
  - Tiendas virtuales y/o electrónicas y elementos que la componen
  - Suscripciones
  - Venta a través de redes sociales
  - Estrategias de marketing verde en campañas digitales
- Explicación del infomediario
  - Tipos de infomediario
  - Modelos de negocio a través del uso de infomediario
  - Los metamediarios

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Distinción entre los perfiles de clientela para un negocio B2B o B2C.
- Espíritu crítico para la creación de una estrategia de marketing digital para un negocio B2B y B2C.
- Sensibilización por el diseño de flujos de gestión de pedidos y logística para una empresa B2B.

| MÓDULO DE FORMACIÓN 3: | Marketing digital y procesos de captación y fidelización online |
|---|---|

## OBJETIVO

Desarrollar estrategias de marketing digital, aplicando técnicas de captación y fidelización a través de internet.

## DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

**Teleformación:** Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Interpretación del marketing en internet
    - Posicionamiento en buscadores
    - Palabras clave de búsqueda (características, títulos, meta description, url, ...)
    - HTML body structure
- Clasificación de la publicidad online
    - Distinción entre tipos de publicidad online
    - Contratación de la publicidad online
    - Ventajas y desventajas de la publicidad online
    - Programas de afiliación
    - Plataformas de e-mail marketing (mailchimp)
- Explicación del marketing relacional 2.0
    - Marketing relacional como eje de ventas
    - Estrategias off-line vs. online
    - Fidelización de clientes en la red
- Aplicación de los social media
    - Categorías de social media
    - La Social Media Optimization (SMO)
    - Las 12 reglas del SMO
    - Uso de redes sociales (Facebook adds, X, TikTok, ...)
- Análisis de las soluciones tecnológicas
    - Sitios web grandes y de clase-empresa
    - Sitios web medianos y pequeños
    - Software para la administración de existencias
- Aplicación de los principios generales del mobile marketing
    - Del 1G al 4G: las generaciones de comunicaciones móviles
    - Introducción al 5G
    - Funcionamiento de una red de telefonía móvil
    - Elementos que potencia el desarrollo de marketing

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Colaboración en las campañas online dirigidas a las redes sociales.
- Disposición por integrar los elementos clave del marketing de contenido digital.
- Atención en la creación de contenido de valor para atraer y retener clientela.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 4: Métodos de pago, seguridad, logística y normativa

### OBJETIVO

Implementar métodos de pago seguros y efectivos que se ajusten a las necesidades de la clientela y a la normativa vigente en comercio electrónico y diseñar estrategias logísticas en el entorno digital.

### DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 15 horas

**Teleformación:** Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Caracterización del M-marketing
    - Banca móvil y pagos con el móvil
    - Compras inalámbricas
    - Aplicaciones móviles para B2B
    - Mobile marketing basado en la localización
- Análisis del pago a través de internet
    - Certificado digital
    - Sistemas de pago online; tarjetas de crédito, pagos por cheque, pagos a través de móvil, pagos a través de aplicaciones (PayPal o Bizum)
- Descripción de la seguridad en el comercio electrónico
    - Ataques de denegación de servicio
    - Mecanismos de defensa; líneas de defensa, cortafuegos, autentificación y autorización, contraseña e ID de usuario/a, confidencialidad
    - La seguridad de las tarjetas de crédito
- Descripción de la función de la logística en el comercio electrónico
    - La función logística en el comercio electrónico
    - El dilema del paquete pequeño
    - Tipos de modelos de cumplimentación de pedidos
    - Optimización de la logística para reducir emisiones
- Composición del marco normativo y de protección de datos
    - Marco normativo de referencia
    - Reglamento de protección de datos
    - Derechos de la persona afectada; rectificación y cancelación
    - Normativa sobre servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico
    - Tipos de infracciones y sanciones

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Rigor en el análisis de la normativa de protección de datos y de intercambio de información en el comercio electrónico.
- Implicación en la selección de métodos de pago para un negocio online.
- Interés por la prevención de fraude y ataques en un negocio online.

## 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 explicite, 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.