

<b>Denominación de la especialidad:</b>	GESTIÓN LOGÍSTICA Y E-COMMERCE MANAGEMENT PARA MARKETPLACES
<b>Familia Profesional:</b>	COMERCIO Y MARKETING

### Objetivo general

Gestionar la creación, escala y mantenimiento de productos en un MarketPlace así como el diseño de un Plan de Marketing Digital y su seguimiento presupuestario, teniendo en cuenta el nuevo paradigma global del comercio on-line.

**Duración de la formación** 250 horas

## MÓDULO DE FORMACIÓN 1: INTRODUCCIÓN Y CONOCIMIENTO DEL SECTOR E-COMMERCE A NIVEL LOGÍSTICO (45 horas)

### OBJETIVO

Identificar las principales tendencias de MarketPlaces nacionales e internacionales junto con el perfil del consumidor on-line, comprobando en qué consiste la nueva cadena de suministros: e-Logistics aplicada al sector e-commerce.

### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Identificación de las principales tendencias en e-Commerce:
  - Evolución de tendencias y modelos de negocios digitales
  - Perfil del consumidor on-line y datos macroeconómicos del negocio digital en España
  - Estrategias actuales en e-Commerce y próximos retos en el futuro.
- Contextualización en los conceptos relevantes de un MarketPlace:
  - Peso de la facturación de los MarketPlaces a nivel nacional e internacional.
  - Principales características y recursos necesarios para empezar a vender en un MarketPlaces.
  - Análisis de las estrategias de venta efectivas en MarketPlaces.
- Descripción de la operativa de la cadena de suministro (Supply Chain Management):
  - Concepto de Supply Chain Management
  - Diferencias entre la cadena de suministro convencional vs cadena e-Commerce.
  - Retos del outsourcing de la cadena de suministro en la estrategia de venta en un MarketPlace.
- Evolución de la logística tradicional a eLogistics:
  - Cadena de suministro tradicional.
  - Definición y concepto de e-Logistics: la solución para el pequeño retail.
  - Logística en la actualidad: principales transformaciones y evoluciones en el futuro.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Concienciación de la importancia del cambio de paradigma que implica e-Logistics en el mercado del retail a nivel nacional e internacional.
- Actitud positiva y receptiva para la búsqueda de nuevas tendencias logísticas en el mercado de MarketPlaces.
- Espíritu crítico en relación a entornos de negocios digitales cambiantes y su forma de comercialización.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 2: GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (50 horas))

### OBJETIVO

Planificar un proceso integral de e-Logistics a través de un nuevo modelo de distribución y logística inversa en una transacción online.

## Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Caracterización del proceso de e-Logistics:
  - Estructura operativa de la e-logística.
  - Técnicas del marketing logístico aplicadas al e-Commerce.
  - Cadena de suministro en el e-Commerce
- Identificación de las características del Fulfillment y su operativa:
  - Concepto de fulfillment en el sector e-commerce
  - Fases del proceso de fulfillment
- Gestión del almacén en un negocio digital como un e-Commerce:
  - Concepto eWarehousing
  - Proceso de integración de un software con el inventario de un e-commerce.
  - Aspectos esenciales para la transformación de un almacén tradicional en un Warehouse.
- Organización de los procesos de gestión de un almacén e-Commerce:
  - Recepción y tratamiento de las mercancías
  - Modelos de gestión del stock y almacenaje: cross docking, drop-shipping y compra bajo pedido
  - Funcionalidades del sistema de gestión ABC (80-20) en un almacén
  - Modelo de Control de Inventarios: EOQ (Cantidad Económica del Pedido)
- Planificación de la gestión del picking:
  - Las 4 fases del picking perfecto.
  - Principales métodos de seguimiento de los errores en el picking.
- Aplicación de las últimas tendencias en Packaging en el sector e-commerce:
  - Caracterización del packaging como un elemento de valor en la cadena logística
  - Ventajas de la utilización de elementos reciclados como valor en la política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de un e-commerce
- Optimización de los ejes principales de la distribución de mercancías de un e-Commerce:
  - Selección del proveedor de una solución logística integral.
  - Sistemas de control de gestión de incidencias en el proceso.
  - Tecnologías aplicadas a la implantación de la logística internacional.
- Caracterización de la logística inversa:
  - Definición y características de la logística inversa.
  - Procesos asociados a la gestión de devoluciones de un e-Commerce.
- Identificación de KPIs y KPIs de seguimiento de la atención al cliente:
  - Conceptos básicos de atención al cliente.
  - Métodos de medición y principales KPIs para la implantación de una óptima política de atención al cliente en e-Commerce.
- Aplicación del Lean Supply Chain Management:
  - Concepto de Filosofía Lean en la cadena de suministro.
  - Técnicas de implantación en la organización.

## Habilidades de gestión, personales y sociales

- Concienciación sobre la necesidad de proactividad y actitud de cambio en la gestión de la cadena de suministro en un negocio digital.
- Demostración de capacidad de gestión y organización necesarias para el desarrollo integral de un proceso de e-logistics.

### MÓDULO DE FORMACIÓN 3: MARKETING DIGITAL (50 horas)

#### OBJETIVO

Desarrollar un Plan de Marketing Digital, aplicando nociones básicas en SEO y SEM.

#### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Revisión del Plan de Marketing Tradicional:
  - Creación de un análisis DAFO y Benchmark de la competencia.
  - Caracterización de las 4 Ps (Política de Producto, Precio, Distribución y Promoción)
  - Diseño del plan de acción anual.
- Desarrollo del Plan de Marketing Digital:
  - Análisis de la competencia en el mercado digital: Auditoría SEO y SEM.
  - Técnicas de seguimiento en el posicionamiento en buscadores
  - Situación inicial, DAFO, Buyer Persona y objetivos específicos y generales.
  - Estrategias y tácticas para desarrollar el Plan de Acciones Digital Anual.
- Elaboración del Presupuesto Digital:
  - Detalle de las partidas y estimación de costes previstos anualmente.
  - KPIs de seguimiento de las acciones tácticas.

#### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Demostración de una actitud creativa y analítica para desarrollar íntegramente un Plan de Marketing Digital.
- Concienciación de la importancia del desarrollo de las capacidades analíticas para la elaboración del presupuesto digital.
- Demostración de una actitud positiva hacia el trabajo en equipo y colaborativo para la consecución de una correcta aplicación en la implantación del Plan de Marketing Digital.

### MÓDULO DE FORMACIÓN 4: MARKETING LOGÍSTICO (20 horas)

#### OBJETIVO

Revisar y aplicar los elementos esenciales de la cadena de suministro, con especial énfasis en los aspectos que pueden generar diferenciación a nuestra estrategia de marketing.

#### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Relación entre Marketing y Logística:
  - Conceptos de aprovisionamiento, sistemas de información en logística y logística inversa.
  - Incidencia de la logística en las 4 Ps (Política de Producto, Precio, Distribución y Promoción).
  - Técnicas de marketing en el Punto de Venta.
- Identificación de los principales fundamentos del Marketing Logístico:
  - Caracterización del marketing logístico.
  - Concepto de Logística Integral y la evolución hacia la Supply Chain Management.
  - Cuantificación y generación de valor en la cadena de suministro extendida.
  - Indicadores del Rendimiento: KPIs
  - Estructura y relaciones del canal de distribución.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Demostración de una actitud responsable hacia la utilización del marketing logística como estrategia de diferenciación competitiva.
- Disposición para idear estrategias de gestión logísticas con el fin de generar valor en un eCommerce.
- Desarrollo de un pensamiento abierto en relación al contexto técnico que implica una logística integral de un negocio on-line.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 5: VENTA EN UN MARKETPLACE (65 horas)

### OBJETIVO

Analizar las fases de un proceso venta en un MarketPlace mediante un modelo de compañía real y actual.

### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Contextualización de un modelo de MarketPlace real:
  - Evolución y principales datos de facturación de los principales MarketPlaces en España.
  - Contexto y análisis versus otros marketplaces más sectoriales y del sector mayorista.
  - Análisis de la plataforma de venta del MarketPlace real
- Análisis del portfolio de productos a comercializar:
  - Estrategias para elegir un producto.
  - Elección de la estrategia de eWarehouse
- Desarrollo de una óptima estrategia de iniciación en el ejemplo del MarketPlace real:
  - Análisis de márgenes y precios según producto.
  - Elección de almacén: propio o externalizado en el ejemplo de MarketPlace real.
  - Formas de vender y distribuir dentro un MarketPlace: elección del modelo FBA o MFN.
  - Implantación de la estrategia de Fulfillment: preparación y envío de la mercancía.
  - Programa Panaeuropeo de la plataforma.
  - Proceso completo de creación de los listings: alta y gestión integral.
  - Técnicas de Publicidad en el Marketplace y Posicionamiento SEO propio.
  - Diseño y gestión del presupuesto global y la negociación de costes fijos.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Desarrollo de las habilidades de búsqueda e identificación de claves de negocio relevantes.
- Concienciación sobre la necesidad de desarrollar una capacidad de comunicación oral para alcanzar los objetivos de venta óptima en un MarketPlace.

## MÓDULO DE FORMACIÓN 6: BUSINESS CASE: ANÁLISIS Y EJECUCIÓN DE UNA ESTRATEGIA E-LOGÍSTICS EN UN MARKETPLACE O E-COMMERCE (20 horas)

### OBJETIVO

Desarrollar una estrategia logística en MarketPlaces y e-Commerces, reconociendo los errores y éxitos de dicha estrategia logística.

### Conocimientos/ Capacidades cognitivas y prácticas

- Caracterización de un Business Case:
  - Análisis de diferentes modelos eCommerce de gran éxito en el mercado nacional e internacional actual.
- Desarrollo de una estrategia logística en MarketPlaces y e-Commerces
  - Descripción de la estrategia logística llevada a cabo.
  - Implementación del proceso de Fulfillment
  - Técnicas de marketing digital desarrolladas.
  - Incidencia de la logística en las 4Ps del modelo de negocio
  - Análisis del portfolio de productos y el funcionamiento de su plataforma digital.
  - Técnicas de publicidad y venta implementadas en el Marketplace.

### Habilidades de gestión, personales y sociales

- Demostración de una actitud analítica y de síntesis en la aplicación de casos prácticos de negocios on-line.
- Disposición para el trabajo en equipo y colaborativo para el correcto desarrollo de los "Business Cases".