

Módulo 2: Comercio electrónico

Círculos de impacto

Módulo 2: Comercio electrónico	
Unidad 1	Cómo vender en línea
Tema 1	Investigación de mercado
Tema 2	Determinar el precio competitivo.
Tema 3	Creando un plan de marketing
Tema 4	Elegir una plataforma y elegir un modelo de negocio.
Tema 5	Almacenamiento, embalaje y entrega.
Tema 6	Creación de un sitio web y opciones de pago.
Tema 7	Creación de contenido web y SEO
Tema 8	Iniciar canales de marketing digital

Módulo 2: Comercio electrónico	
Unidad 2	Cómo poner los precios correctamente
Tema 1	Precios
Tema 2	Encontrar el precio correcto
Tema 3	Encontrar el beneficio deseado
Tema 4	Estudia los precios de tus competidores
Tema 5	Determinación de precios al por mayor y al por menor.

Módulo 2: Comercio electrónico	
Unidad 3	Entrega y embalaje efectivos.
Tema 1	Envío y embalaje
Tema 2	Encuentre el socio de envío adecuado y mantenga registros de envío ordenados
Tema 3	Creando una buena impresión con tu embalaje
Tema 4	Prestando atención a los métodos de pago.

Módulo: Resultados del aprendizaje

Módulo 2 – Comercio electrónico

Texto de introducción: En este módulo aprenderás los conceptos básicos del comercio electrónico y en qué consiste. Los cursos de comercio electrónico pueden ser invaluable para que su negocio comience con el pie derecho. Las habilidades que aprenderás en este módulo te ayudarán a crear tu negocio de comercio electrónico y a tener éxito en él, ¡y te divertirás completando el curso y poniendo todo en práctica!

Conocimiento Declaraciones de lo que sabe un alumno:	Habilidades Declaraciones de lo que es un estudiante entender:	Competencias Declaraciones de lo que un alumno es capaz de hacer al finalizar un proceso de aprendizaje:
- un alumno obtendrá conocimientos básicos de marketing y comercio electrónico, aprenderá más sobre lo que es importante en la investigación de mercado y en la elaboración de un plan de marketing, así como sobre precios y	- comercio electrónico, marketing, atención al cliente, análisis de marketing	- el alumno dominará la resolución de problemas, la formación de equipos y la toma de decisiones
envíos - un alumno aprenderá más sobre el crecimiento de las ganancias y una orientación más precisa al consumidor	- Gestión del tiempo, pensamiento crítico.	- un alumno dominará la competencia digital empresarial y

Vídeo introductorio

¡Hola todos!

En este video para el módulo 2, cubriremos los conceptos básicos del comercio electrónico y, al final de las lecciones, podrá realizar investigaciones de mercado, crear un plan de marketing y crear un sitio web, además de comprender los precios. y envío, mientras te diviertes haciéndolo 😊

Unidad 1: Cómo vender online

Tema 1: Investigación de mercado

- consiste en recopilar información sobre las necesidades y preferencias de los potenciales clientes
- definir grupos objetivo, lo que permite a los especialistas en marketing centrarse en aquellos con mayor probabilidad de comprar el producto (se puede hacer realizando encuestas y comentarios de los clientes, entendiendo que el producto no es para todos, requiere conocer a su audiencia).
- determinar los beneficios de su oferta, por ejemplo, monitoreando los precios de la competencia
- analizar la competencia (identificar a los competidores, recopilar información sobre ellos, analizar fortalezas y debilidades y determinar su ventaja competitiva)

Tema 2: Determinación del precio competitivo

- la fijación de precios competitivos es una estrategia en la que el precio de un producto se fija en línea con precios de la competencia
- los clientes no piensan en los costos de producción, sino que consideran subjetivamente el valor de un producto.

Tema 3: Creación de un plan de marketing

- se trata de formalizar cómo pretende dirigir el tráfico a un sitio web y convertirlo de usuarios potenciales a clientes
- el plan especifica exactamente cómo una empresa pretende utilizar el marketing de comercio electrónico.
Canales para atraer, convertir y retener clientes.

Tema 4: Elegir una plataforma y elegir un modelo de negocio

- al elegir una plataforma, hay algunos factores a considerar; por ejemplo, ciertos datos demográficos de la audiencia, porque algunas plataformas se dirigen a datos demográficos específicos con mayor eficacia que otras.
- elegir un modelo de negocio: dropshipping versus cumplimiento versus modelo de inventario

Tema 5: Almacenamiento, embalaje y entrega



Tema 6: Creación de un sitio web y opciones de pago

Creando un sitio web

- determinar las características y funcionalidades necesarias del sitio web variará según el modelo de negocio y las necesidades únicas.
- crear una lista de funciones que necesita el sitio web de comercio electrónico

Opciones de pago

- al crear una tienda en línea, es valioso conocer las formas de pago que los clientes utilizan o prefieren

Tema 7: Creación de contenido de sitio web y SEO

- por ejemplo, libros electrónicos, folletos de productos, publicaciones de blogs, redes sociales y videos.



Tema 8: Iniciar canales de marketing

- Meta (FB, IG), Google, YouTube, TikTok
- permite a las empresas conectarse con los clientes en tiempo real, generando confianza y lealtad entre clientes
- también ayuda a aumentar el tráfico, los clientes potenciales y las ventas al permitir que las empresas lleguen a una amplia gama de audiencias objetivo de manera rentable.

Unidad 2: Cómo poner los precios correctamente

Tema 1: Precios

- La fijación de precios puede ayudar a determinar cuántas ganancias obtendrá alguien sus ventas. El precio de los artículos es algo que todo cliente mirará. Puede determinar cómo es. exitoso de alguien negocio



Tema 2: Encontrar el precio correcto

- Hay 3 aspectos del costo de producción que deben considerarse:
 - Costo de materiales
 - Costo de mano de obra (el tiempo y dinero que se necesita para trabajar en los productos; tenga en cuenta aspectos como la gestión del envío y el servicio al cliente) • Gastos adicionales
(enumere todos los costos operativos que afectan un producto específico, desde marketing hasta tinta de caja registradora)
- Ahora, sume los materiales, la mano de obra y los gastos para encontrar el costo total de producción de un artículo específico. Luego, considere la cantidad del artículo que puede vender y luego divida el costo total de producción por esta cantidad para obtener el precio de equilibrio (este es el precio más bajo al que puede venderlo y no perder dinero).

Tema 3: Cómo encontrar el beneficio deseado

- Cuando sepa cuál es el precio más bajo que puede cobrar, deberá averiguarlo.
¿Cuánta ganancia quieres obtener? Encuentra el beneficio total que te permitirá alcanzar un marco objetivo razonable. en a razonable tiempo

Tema 4: Estudia los precios de tus competidores

- Al asegurarse siempre de que sus precios sigan siendo relevantes para el mercado, será menos probable que los compradores recurran a sus competidores y será más probable que compren los bienes y servicios de su empresa.



Tema 5: Determinación de precios mayoristas y minoristas

- El precio mayorista es la suma que un mayorista o distribuidor paga a un fabricante por sus bienes.
- El precio minorista que establezca para cualquier artículo determinado debe incluir el costo del artículo, así como cualquier marca que haga beneficiarse de la venta él.

Unidad 3: Entrega y embalaje efectivos

Tema 1: Envío y embalaje

- Es crucial considerar una variedad de opciones de envío y tomar una decisión informada en cuanto a lo que funciona para sus clientes y su negocio. Durante el embalaje, asegúrese de todo llega intacto. Limite el tamaño y el peso tanto como sea posible, manteniendo el paquete proporcional a su caja

Tema 2: Encontrar el socio de envío adecuado y mantener registros de envío ordenados

- Cuando busque socios, piense en la rapidez con la que pueden hacer llegar sus paquetes a sus clientes y el precio que le van a cobrar. Busque socios que puedan ayudarle a minimizar los costos. Muchos transportistas cobran menos si imprime sus propias etiquetas o paga en línea.
- Mantenga una lista de los pedidos que se van a enviar, incluidas las fechas de envío y el seguimiento. números.

Tema 3: Crea una buena impresión con tu packaging

- Cuanto más preste atención al estilo de su empaque, más probable será que sus clientes se sientan bien con lo que compraron y será más probable que le vuelvan a comprar. Ser creativo.

Tema 4: Prestar atención a los métodos de pago

- Las tarjetas de crédito son la forma de pago en línea más popular en algunos países. Para aquellos que quizás no tengan una tarjeta de crédito o una cuenta bancaria, las transferencias bancarias en línea, los sitios web móviles y las opciones de pago en efectivo son algunos métodos alternativos para comprar en línea fácilmente . Es importante saber cómo le gusta pagar a su cliente.



Actividad de aprendizaje 1: Título

Proporcione aquí herramientas y ejercicios prácticos relevantes para la sección específica y elabore un mini kit de herramientas (idealmente de 3 a 5 actividades de aprendizaje por módulo, 1 por unidad). La siguiente tabla proporciona una estructura para las actividades. Describa cada actividad dentro de la tabla. Proporcione materiales adicionales para una actividad como una lista de enlaces o como un anexo (por ejemplo, folletos, imágenes, gráficos, tablas, presentaciones, juegos, mapas mentales, videos, etc.). La tabla está llena de un ejemplo.

Meta educativa	Tipo de actividad	Contenido	Materiales adicionales
<p>Conocimientos y habilidades relacionados</p> <p>Comercio electrónico – Cómo vender online y fijar precios correctamente</p>	<p>Ejercicio individual/ simulación</p>	<p>Después de revisar el Módulo 2, hacer una investigación de mercado : recopilar información sobre necesidades y preferencias de clientes potenciales y escriba sobre cómo encontraría el precio adecuado para su producto</p>	<p>https://www.youtube.com/reloj?v=mUIYuYooV5Y</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=H3r9M3QhnNQ</p>

Evaluación

Pregunta 1:

¿En qué consiste la investigación de mercados?

- a) Manipular el comportamiento de compra
- b) Recopilar información sobre las necesidades y preferencias de los clientes potenciales
- c) Explicar el comportamiento del consumidor

Respuesta correcta: b) Recopilar información sobre las necesidades y preferencias de los clientes potenciales

Pregunta 2:

¿Qué es la fijación de precios competitivos como estrategia empresarial?

- a) Establecer un precio que sea significativamente más alto que el de la competencia para transmitir un valor superior
- b) Fijar un precio en función del coste de producción del producto
- c) Fijar un precio acorde con los precios de la competencia para seguir siendo competitivo en el mercado.
- d) Fijar un precio más bajo que el de la competencia para atraer clientes sensibles al precio

Respuesta correcta: c) Fijar un precio acorde con los precios de la competencia para seguir siendo competitivo en el mercado.

Pregunta 3:

¿Cuál es la importancia del precio para una empresa?

- a) El precio determina la cantidad de competencia en el mercado.
- b) El precio impacta directamente en la calidad de los productos o servicios ofrecidos.
- c) La fijación de precios ayuda a determinar el éxito financiero general de una empresa al influir en el margen de beneficio.
- d) El precio afecta la cantidad de clientes que una empresa puede atraer.

Respuesta correcta: c) La fijación de precios ayuda a determinar el éxito financiero general de una empresa al influir en el margen de beneficio.

Pregunta 4:

Los siguientes son aspectos del costo de producción, ¿excepto cuál?

a) Gastos adicionales

b) Costo de la investigación

c) Costos laborales

d) Costo de materiales

Respuesta correcta: b) Costo de la investigación

Pregunta 5:

¿Cuál es la forma de pago online más popular en algunos países?

- a) Tarjetas de débito
- b) Transferencias bancarias
- c) Contra reembolso
- d) Tarjetas de crédito

Respuesta correcta: d) Tarjetas de crédito.

Resumen

Por favor mencione aquí los aprendizajes, hallazgos o también sugerencias/consejos más importantes que el beneficiario no debe olvidar al pasar al siguiente paso del proceso. Mantenga el formato de viñetas.

- En la investigación de mercado, es importante definir los grupos objetivo, determinar los beneficios de su oferta y analizar la competencia.
- El plan de marketing especifica exactamente cómo una empresa pretende utilizar los canales de marketing de comercio electrónico para atraer, convertir y retener clientes.
- Tres aspectos de los costos de producción son el costo de los materiales, el costo de mano de obra y los gastos adicionales. • Cuanto más preste atención al estilo de su empaque, más probabilidades habrá de que sus clientes se sientan bien con lo que han comprado y será más probable que le vuelvan a comprar.

Más material

- Proporcione sugerencias para lecturas adicionales, cuestionarios útiles para realizar, material de video para ver o cualquier otro material que parezca adecuado para respaldar el proceso de aprendizaje.

[https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=AghLJOlpRrwC&oi=fnd&pg=PR9&dq=how+to+vender+en línea&ots=5xYATrdA9c&sig=1593nrJUbgpwiuRthKuxvF2dyp0&redir_esc=y#v=one_página&q=cómo%20to%20vender%20en línea&f=false](https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=AghLJOlpRrwC&oi=fnd&pg=PR9&dq=how+to+vender+en+línea&ots=5xYATrdA9c&sig=1593nrJUbgpwiuRthKuxvF2dyp0&redir_esc=y#v=one_página&q=cómo%20to%20vender%20en+línea&f=false)

[https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=49uADQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=how+to+vender+en línea&ots=Lnq3v4tqAg&sig=VdCiGGfW5KvnO0x3eDEafsg13Ps&redir_esc=y#v=onepage&q=cómo%20to%20vender%20online&f=false](https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=49uADQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT4&dq=how+to+vender+en+línea&ots=Lnq3v4tqAg&sig=VdCiGGfW5KvnO0x3eDEafsg13Ps&redir_esc=y#v=onepage&q=cómo%20to%20vender%20online&f=false)

Referencias

Ejemplos de referencias de la séptima edición de APA:

Para artículos:

Apellido, AA (Año). Título de la obra. Título de la publicación en cursiva, volumen en cursiva(número), páginas. doi o enlace

Oliver, KL y Lalik, R. (2004). Investigación crítica sobre el cuerpo en las clases de educación física de niñas: una perspectiva postestructural crítica. *Revista de Enseñanza de Educación Física*, 23(1), 162-195. <https://doi.org/10.1123/jtpe.23.2.162>

Para libros:

Apellido, AA (Año). Título en cursiva. Editor.

Spiegel, D. (1981). *Leer por placer: Pautas*. Asociación Internacional de Lectura.

Para capítulos de libros:

Apellido, AA, & Apellido, AA (Año). Título del capítulo. En A. Surname & AA Surname (Eds.), Título del libro en cursiva (págs. xx-xx). Editor.

Aron, L., Botella, M. y Lubart, T. (2019). Artes culinarias: El talento y su desarrollo. En RF Subotnik, P. Olszewski-Kubilius y FC Worrell (Eds.), *La psicología del alto rendimiento: desarrollar el potencial humano en talento de un dominio específico* (págs. 345–359). Asociación Americana de Psicología. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Citas en el texto

Ejemplos de citas de la séptima edición de la APA:

Si hay 1 o 2 autores, la primera y sucesivas veces que se cite se deberá mencionar a todos los autores.

Si hay 3 o más autores, el apellido del primer autor y “et al.” desde la primera vez que se citan (en referencias SE CITA TODOS LOS AUTORES).

PARAFRASEANDO

Si bien se han demostrado mejoras en la capacidad aeróbica después de 8 a 12 semanas de entrenamiento (Eather et al., 2016; Goins, 2014; Heinrich et al., 2014; Murawska-Cialowicz et al., 2015; Smith et al., 2013), solo Goins (2014) obtuvo resultados significativos. Mejoras en la capacidad anaeróbica después de 6 semanas del programa CrossFit.

COTIZACIONES

Díaz y Hernández (2010), consideran que el aprendizaje cooperativo es “el uso pedagógico de una pequeña comunidad, en la que los estudiantes trabajan juntos para incrementar su formación y la de los demás miembros” (p. 87).