Catálogo de Especialidades Formativas

PROGRAMA FORMATIVO

NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Versión 1

Septiembre 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:	NEGOCIOS ONLINE Y COMERCIO ELECTRÓNICO
Familia Profesional:	COMERCIO Y MARKETING
Área Profesional:	COMPRAVENTA
Código:	COMT0108
Nivel de cualificación profesional:	3

Objetivo general

Gestionar de manera óptima negocios online mediante el desarrollo de estrategias de posicionamiento, la integración con el negocio tradicional, la creación de ofertas atractivas y la dinamización de contenidos y servicios.

Relación de módulos de formación

Módulo 1	Estrategias y planificación en comercio electrónico	27 horas
Módulo 2	Tecnologías y operaciones en comercio electrónico	26 horas
Módulo 3	Comercio electrónico internacional y B2B	27 horas

Modalidades de impartición

Presencial
Teleformación

Duración de la formación

Duración total en cualquier modalidad de impartición	80 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: -Título de Bachiller o equivalente -Título de Técnico Superior (FP Grado superior) o equivalente -Haber superado la prueba de acceso a Ciclos Formativos de Grado Superior -Certificado de profesionalidad de nivel 3
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 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. - Diplomado, Ingeniero Técnico, Arquitecto Técnico o el Título de Grado correspondiente u otros títulos equivalentes, preferiblemente, en el ámbito de conocimiento de conocimiento de ciencias económicas, administración y dirección de empresas, marketing, comercio, contabilidad o turismo.
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: - 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. - 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 - 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. - Software de Análisis de datos y marketing (Google Analytics, SEMrush, Ahrefs, entre otros). - Software de gestión de la relación con la clientela (CRM) (HubSpot, Salesforce Commerce Cloud, entre otros).- Plataformas de e-commerce.- Sistemas de pago online (Stripe, Paypal, 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
- 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: Estrategias y planificación en comercio electrónico

OBJETIVO

Desarrollar un plan estratégico y de negocio para el comercio electrónico, tomando en cuenta el establecimiento de modelos de negocio y estrategias de mercado, así como la optimización de los recursos para un crecimiento sostenible en un entorno online.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 27 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Planificación estratégica del comercio electrónico
  - Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias
  - Definición y ejemplos de Modelos de negocio en comercio electrónico
  - Análisis DAFO en el comercio electrónico español
  - Estrategias de mercado/producto: desarrollo de producto, mercado, especialización e investigación
- Descripción del marketing y fidelización en comercio electrónico
  - Marketing-mix en el comercio electrónico: producto, distribución, promoción y precio
  - Definición de estrategias de captación en e-commerce: SEM, SEO, afiliación y cross marketing
  - Creación de programas de fidelización eficaces: programas de puntos, e-bonus, premios y sorteos
  - Explicación de redes de afiliación propias y redención de puntos: construcción y funcionamiento
  - Uso responsable de recursos en la publicidad digital: prácticas para reducir el uso innecesario de servidores y almacenamiento
- Financiación y desarrollo de proyectos de comercio electrónico
  - Distinción entre fuentes de financiación: propias (familiares, amistades) y externas (inversionistas, capital riesgo)
  - Descripción del business plan y plan comercial: cómo estructurarlos para obtener financiación
  - Análisis de productos digitales: del modelo gratuito al pago por visualización
  - Definición de venta de contenidos de pago y sus desafíos

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Pensamiento crítico en la selección y aplicación de fuentes de financiación para el desarrollo adecuado de los proyectos de comercio electrónico.
- Responsabilidad en la elaboración de programas de fidelización, optimizando la captación y retención de la clientela mediante estrategias de marketing digital.

MÓDULO DE FORMACIÓN 2: Tecnologías y operaciones en comercio electrónico

OBJETIVO

Gestionar la tecnología y las operaciones logísticas necesarias para un comercio electrónico eficiente, asegurando la seguridad de los medios de pago y adaptándose a las demandas del mercado internacional.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 26 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Análisis de la estructura y desarrollo tecnológico en comercio electrónico
    - Descripción de la estructura tecnológica de tres capas: modelo back-end, integración de sistemas y work-flow
    - Desarrollo y diseño de una website de éxito: usabilidad, ambiente de compra y front-end
    - Gestión de catálogos y carrito de la compra: herramientas de catálogo y verificación
    - Servicio a la clientela en e-commerce: CRM, marketing inverso y postventa
- Organización de la logística y fulfillment en el comercio electrónico
    - Explicación de la importancia de la logística en e-commerce: logística de productos físicos y virtuales
    - Descripción de aprovisionamiento, almacenamiento y logística inversa
    - Integración de la logística con TI para añadir valor
    - Logística sostenible en e-commerce, optimización de la cadena de suministro y reducción de la huella de carbono
- Resumen de la seguridad en los medios de pago online
    - Definición y comparación de sistemas de pago integrados y no integrados
    - Identificación de medidas de seguridad en medios de pago: 3D Secure, encriptación y protección de datos
    - Definición y desarrollo de Internet Mobile Payment en e-commerce
    - Descripción de modelos de negocio y workflow en sistemas de pago móviles

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Disposición para innovar en la integración de logística y TI, aplicando soluciones que añadan valor, como la estructura de tres capas e integración de pagos seguros.
- Habilidad en la comunicación de estrategias de seguridad en medios de pago online para facilitar su implementación en la organización.

MÓDULO DE FORMACIÓN 3: Comercio electrónico internacional y B2B

OBJETIVO

Implementar estrategias de comercio electrónico internacional optimizando logística, legislación y modelos de negocio.

DURACIÓN EN CUALQUIER MODALIDAD DE IMPARTICIÓN: 27 horas

Teleformación: Duración de las tutorías presenciales: 0 horas

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos / Capacidades cognitivas y prácticas

- Análisis del comercio electrónico internacional
  - Caracterización de la clientela por países: segmentación internacional
  - Descripción de la legislación y medios de pago internacionales
  - Exportación y distribución de productos en mercados internacionales
  - Identificación de procesos de atención a la clientela y reclamaciones internacionales
- Contextualización de la logística internacional
  - Enumeración de los retos de la distribución en el comercio electrónico internacional
  - Explicación de transporte urgente y seguimiento vía internet
  - Identificación de procesos de reclamación y devoluciones internacionales
  - Optimización logística para reducir costos en la distribución internacional
- Relación del comercio electrónico en un entorno B2B
  - Clasificación de modelos de negocio en B2B y marketplaces
  - Descripción de agregadores horizontales y verticales
  - Transición de catálogos a e-catálogos: gestión y beneficios
  - Gestión del conflicto de canales en el entorno B2B

Habilidades de gestión, personales y sociales

- Compromiso por la implementación efectiva de e-catálogos y la resolución de conflictos de canales en entornos digitales.
- Interés por el desarrollo de estrategias de exportación y distribución global, tomando en cuenta los retos logísticos y culturales en los mercados internacionales.

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.