



PLAN FORMATIVO	COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING DIGITAL
CÓDIGO PLAN FORMATIVO	PF0965
SECTOR	COMERCIO
SUB SECTOR	VENTAS AL POR MENOR
AREA	Comercio
SUB AREA	Ventas
ESPECIALIDAD	Ventas (presencial, telefónica, electrónica)
PERFILES ASOCIADOS	SIN PERFIL DE CHILEVALORA ASOCIADO
NIVEL CUALIFICACION	Nivel 2
MODALIDAD PRESENCIAL / NO PRESENCIAL (ONLINE)	E-learning, todos los módulos son adaptables a modalidad online.
DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN Y CAMPO LABORAL ASOCIADO	La ocupación está enfocada en potencia y fomentar la realización de ventas por medios digitales y la aplicación de técnicas comunicativas de marketing digital dentro de un contexto comercial. El comercio electrónico y el uso de herramientas de marketing digital le permitirá al participante desarrollar competencias asociadas a realizar ventas y compras electrónicas ya sea de un negocio, un emprendimiento o una empresa.
VERSIÓN N°	2
N° RESOLUCIÓN	2294
FECHA DE RESOLUCIÓN	22-09-2020

REQUISITOS OTEC	Sin requisitos especiales
INSTRUMENTO HABILITANTE	Sin Instrumento habilitante.

PARTICIPANTE	
REQUISITOS DE INGRESO AL PLAN FORMATIVO	Educación media completa, preferentemente.
COMPETENCIA DEL PLAN FORMATIVO	Realizar procedimientos de ventas y compras a través del comercio electrónico aplicando técnicas comunicativas digitales en relación a las necesidades de la empresa o emprendimiento de acuerdo las condiciones del mercado, criterios de marketing y seguridad de la información.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



NÚMERO DE MÓDULOS	NOMBRE DEL MÓDULO	HORAS DE DURACIÓN
Módulo N°1	INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO	10,00
Módulo N°2	COMERCIO ELECTRÓNICO Y COMUNICACIÓN DIGITAL	30,00
Módulo N°3	HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL	30,00
Módulo N°4	SEGURIDAD DIGITAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN COMERCIOS ELECTRÓNICOS	20,00
TOTAL DE HORAS		90,00

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



MÓDULO FORMATIVO N° 1		
Nombre	INTRODUCCIÓN AL COMERCIO ELECTRÓNICO	
N° de horas asociadas al módulo	10,00	
Código Módulo	MA02531	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa, preferentemente.	
Competencia del módulo	Identificar los principios y las características generales del era digital y su relación con el comercio electrónico en Chile de acuerdo a las tecnologías y plataformas disponibles.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	Este módulo puede ser adaptado por el ejecutor para desarrollo online.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Identificar las características generales de las tecnologías de la información utilizadas actualmente en el comercio electrónico de acuerdo al contexto digital actual.	1.1 Identifica concepto y características de las tecnologías de la información según contexto de la era digital. 1.2 Reconoce proceso evolutivo de la era digital y su usabilidad en los contextos comerciales actuales. 1.3 Explica el uso de las tecnologías de la información en contexto de comercio electrónico en Chile. 1.4 Describe proceso evolutivo del uso del comercio electrónico en Chile de acuerdo a estadísticas comerciales.	1. Aspectos generales del comercio electrónicos: Las nuevas tecnologías de la información. Evolución de la era digital. Internet como audiencia de medios. Aspectos generales de la usabilidad digital en contextos comerciales. Tendencias generacionales en el uso de las tecnologías de la información: uso de computadores y smartphones en la actualidad. Tendencias de compras y ventas en Chile. Acceso a servicios digitales en el contexto de la globalización. Usabilidad de las tecnologías en la actualidad y su relación con el comercio electrónico. Evolución del comercio electrónico en Chile y el mundo.
2. Relacionar los aspectos del comercio electrónico y el mundo digital de acuerdo al contexto empresarial o corporativo de compra y venta de servicios y productos.	2.1 Identifica tipos de modelos de negocios digitales de acuerdo al comercio electrónico nacional e internacional. 2.2 Distingue ventajas del comercio electrónico en el contexto empresarial o corporativo. 2.3 Reconoce formas de desarrollo de estrategias básicas de digitalización para el emprendimientos o mejoras en contextos empresariales de acuerdo al comercio electrónico en Chile.	2. El Mundo digital y el comercio electrónico: Entornos digitales. Economía colaborativa y redes digitales. Modelos de negocios digitales: negocio digital, emprendimiento digital, productos digitales, servicios digitales, generación de contenidos y diseños y otros servicios y productos asociados. Comunicación digital y cultura empresarial, ventajas del comercio electrónico según el cliente: comodidad, acceso, rapidez, comparación de productos y lectura de comentarios de otros clientes, acceso a otros productos y servicios, compras en el extranjero, sistema de despacho, apoyo de pymes y emprendimientos. Desarrollo de estrategias hacia la digitalización.
3. Reconocer estrategias comunicativas digitales para el	3.1 Distingue estrategias comunicativas digitales de	3. Estrategias comunicativas digitales:

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

desarrollo de un negocio o el posicionamiento corporativo de acuerdo a la normativa legal vigente.	acuerdo a contextos de emprendimiento o desarrollo empresarial. 3.2 Describe tipos de estrategias comunicativas digitales de acuerdo a las necesidades del comercio electrónico. 3.3 Reconoce aspectos normativos asociados al comercio electrónico y las estrategias comunicativas digitales.	Clasificación de productos de acuerdo a sus características: Venta de productos tangibles. Venta de productos intangibles. Autoventa o marketing personal: implicancias, principales características. Comunicación Corporativa y su impacto en las ventas: Estrategias comunicativas digitales y su clasificación de acuerdo a objetivo: estrategia como plan, estrategia como táctica, estrategia como posición. Legislación relativa al consumidor. Ley del consumidor. Principales aspectos. Principales implicancias de la ley del consumidor, sobre las estrategias de comercialización de productos y servicios electrónicos.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
*Formación académica como profesional del área comercial, con título. *Experiencia laboral en el área comercial o ventas por plataformas web, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	*Formación académica como Técnico de Nivel Superior del área comercial o ventas, con título. *Experiencia laboral en el área comercial o ventas por plataformas web, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	*Experiencia laboral en el área comercial o ventas por plataformas web, de mínimo cuatro años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
*Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m ² por participante. Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos, tales como data y salida a Internet. Sistema de ventilación adecuada. *Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres, con capacidad suficiente para la cantidad de personas que se atiende en forma simultánea. *Laboratorio o sala de computación acondicionada para el trabajo individual de cada participante con un computador.	*Notebook o PC, para uso del facilitador. *Proyector multimedia. *Telón. *Pizarrón. *Filmadora o cámara fotográfica para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.	*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Liquido corrector y Regla. *Manual del participante con todos los contenidos trabajados en el módulo. *Plumones para pizarrón. *Libro de clases. *Guías prácticas con los contenidos asociados al módulo, por participante.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

MÓDULO FORMATIVO N° 2

Nombre	COMERCIO ELECTRÓNICO Y COMUNICACIÓN DIGITAL	
N° de horas asociadas al módulo	30,00	
Código Módulo	MA02535	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa, preferentemente.	
Competencia del módulo	Describir aspectos generales del comercio electrónico o e-commerce para el uso de tecnologías digitales asociadas a la compra y venta de productos y servicios por internet de acuerdo a criterios del sector productivo y necesidades del mercado.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	Este módulo puede ser adaptado por el ejecutor para desarrollo online.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Identificar las características y parámetros generales del comercio electrónico en Chile de acuerdo al uso de tecnologías.	1.1 Explica el concepto de comercio electrónico de acuerdo a contextos digitales empresariales o de emprendimiento. 1.2 Describe desarrollo de tendencias de comercio electrónico según tipos de aplicativos y plataformas. 1.3 Identifica tipo de plataformas digitales de comercio electrónico de acuerdo a las necesidades empresariales o corporativas.	1. Comercio electrónico: Concepto, características y evolución en Chile y el mundo. Condiciones legales y requisitos. Interpretación de datos para definir oferta y demanda. Tendencias del E-commerce: comercio móvil, chatbots o asistencia virtual, comercio a través de redes, influenciadores, markplace, Drop Shipping, venta directa e indirecta, entre otros. Apps vs Webapps. Plataformas de comercio electrónico: tipos, características y diferenciación de acuerdo a las necesidades de ventas.
2. Reconocer las ventajas y desventajas del comercio electrónico en relación a una empresa de acuerdo a los criterios del mercado y las tecnologías disponibles.	2.1 Reconoce aspectos del comercio electrónico para el emprendimiento o dentro de una empresa de acuerdo a tipo de negocios. 2.2 Describe las ventajas y desventajas de los modelos de negocio en comercios electrónicos.	2. Comercio electrónico para el emprendimiento o en una empresa: E-commerce en pymes. Tipos de modelos: ventajas y desventajas. Tipos de servicios y productos asociados. Servicio al cliente digital Sinergia entre tienda física y tienda electrónica Multicanales de ventas. Comercio desde el celular m-commerce. Ventajas asociadas al comercio electrónico en un emprendimiento. Ventajas asociadas al comercio electrónico en una empresa o corporación.
3. Distinguir los aspectos de distribución y logística asociados al comercio electrónico de acuerdo a parámetros del mercado nacional e internacional.	3.1 Identifica aspectos de distribución y logística de un negocio de acuerdo a las plataformas de comercio electrónico. 3.2 Distingue procesos de distribución nacional o internacional en contextos de comercio electrónico y	3. Distribución y logística de productos o servicios en comercio electrónico: Envíos internacionales. Distribución de productos físicos, digitales y mixtos. Normativa legal aplicable. Principios de atención al cliente en procesos de

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

	normas de seguridad.	distribución. La gestión del pedido: logística y atención al cliente. Formas de pago y seguridad.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
<p>*Formación académica como profesional del área comercial, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en el área comercial, de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.</p>	<p>*Formación académica como Técnico de Nivel Superior del área comercial, con título.</p> <p>*Experiencia laboral en el área comercial, de mínimo dos años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.</p>	<p>*Experiencia laboral en el área comercial, de mínimo cuatro años, demostrable.</p> <p>*Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.</p>
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
<p>*Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m² por participante. Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos, tales como data y salida a Internet. Sistema de ventilación adecuada.</p> <p>*Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres, con capacidad suficiente para la cantidad de personas que se atiende en forma simultánea.</p> <p>*Espacio físico adecuado, para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento.</p> <p>*Laboratorio o sala de computación acondicionada para el trabajo individual de cada participante con un computador.</p>	<p>*Notebook o PC, para uso de facilitador.</p> <p>*Proyector multimedia.</p> <p>*Telón.</p> <p>*Pizarrón.</p> <p>*Filmadora o cámara fotográfica para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.</p>	<p>*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector. Regla.</p> <p>*Manual del participante con todos los contenidos trabajados en el módulo.</p> <p>*Plumones para pizarrón.</p> <p>*Libro de clases.</p> <p>*Guías prácticas con los contenidos asociados al módulo, por participante.</p>

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

MÓDULO FORMATIVO N° 3		
Nombre	HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL	
N° de horas asociadas al módulo	30,00	
Código Módulo	MA02536	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa, preferentemente.	
Competencia del módulo	Incorporar medios digitales en procesos de comercio electrónico utilizando herramientas y aplicativos de acuerdo a tipos de marketing digital y necesidades de la empresa.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	Este módulo puede ser adaptado por el ejecutor para desarrollo online.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Distinguir el marketing 2.0 y el posicionamiento de un negocio asociado al comercio electrónico de acuerdo a criterios de compras y ventas por medios digitales.	1.1 Identifica aspectos generales del marketing digital y su relación con los clientes de internet. 1.2 Reconoce aspectos de planificación y posicionamiento en comercio electrónico según aspectos de marketing digital. 1.3 Reconoce diferentes plataformas de marketing digital de acuerdo a necesidades del negocio.	1. Marketing 2.0 en el comercio electrónico: Clientes de internet. Planificación de marketing digital. Marketing y búsqueda móvil, Video marketing, contenidos asociados. Posicionamiento en buscadores web. Keyword Research y planificación de palabras claves en Google. Google Webmaster Tools. Link Building Responsable. Multiplataforma. Plataformas de comercio de anuncios de particulares. Email marketing. Display Banners. Cookies Retargeting Planificación de medios. Prácticas Benchmarking.
2. Identificar tipos de herramientas digitales utilizados en el comercio electrónico de acuerdo a su funcionalidad y necesidades de la empresa.	2.1 Distingue tipos de herramientas digitales para el desarrollo de un plan de marketing digital. 2.2 Identifica procesos de creación de contenidos virtuales de acuerdo a la relevancia de productos o servicios. 2.3 Aplica contenidos de marketing de acuerdo a tipos de plataformas digitales de acuerdo a necesidades del negocio.	2. Tipos de herramientas digitales: Creación de una web de empresa: diseño, usabilidad, relevancia. Contenidos virtuales: redacción, gestión y diseño. La relevancia del contenido y productos como descripciones originales. Posibilidades de marketing en tienda electrónica: motor de búsqueda, carrito de compra, información corporativa, catálogo de productos, y registro y zona de usuario.
3. Utilizar las redes sociales para el desarrollo de campañas y promociones del comercio electrónico de acuerdo a necesidades y criterios del negocio.	3.1 Reconoce los tipos de redes sociales para la aplicación de un plan de marketing digital en comercio electrónico. 3.2 Relaciona contenidos según tipos de redes sociales para el desarrollo de un plan de marketing. 3.3 Realiza publicación de contenidos y campañas digital de acuerdo a criterios de marketing digital.	3. Comercio electrónico en RRSS y Google Ads.: Redes sociales aplicadas al comercio electrónico: Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, etc. Marketing en redes sociales: viralización de productos. Uso y manejo de Facebook Ads: Planificación y creación de campañas según segmentación y necesidades: objetivos, público, métricas y presupuesto. Vínculo de promociones y campañas entre Facebook e Instagram.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

		Uso y manejo de Google Ads: Planificación y creación de campañas: objetivos, público objetivo, anuncios y palabras claves.
4. Realizar un plan de acción incluyendo procesos y herramientas asociadas al marketing digital y el comercio electrónico de acuerdo a las necesidades de la empresa.	4.1 Desarrolla un plan de acción para el desarrollo de marketing digital en procesos de comercio electrónico. 4.2 Organiza tareas para desarrollar un plan de acción de acuerdo a las necesidades del negocio y las herramientas digitales disponibles. 4.3 Utiliza herramientas de edición de imágenes y contenidos digitales para el desarrollo de un plan de acción en comercio electrónico. 4.4 Utiliza herramientas digitales para la gestión de redes sociales de acuerdo a tipo de negocio y necesidades del comercio electrónico.	4. Organización de tareas y desarrollo del plan de acción para el comercio electrónico: Optimización de recursos, herramientas digitales como Trello, Google Drive. Automatización de aspectos como recibos y gastos internos para elaboración de informes. Ejemplo Expensify. Herramientas de edición de imágenes. Para crear contenidos multimedia únicos para web, correos y redes sociales. Ejemplos Canva. Herramientas de gestión de las Redes Sociales, de acuerdo a tamaño de empresas, Ejemplo: Hootsuite, Nuzzle, SocialClout, Buffer.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
* Formación académica como profesional del área comercial, con título. *Experiencia laboral en el área de marketing digital o administración de empresas, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	*Formación académica como Técnico de Nivel Superior del área comercial, con título. *Experiencia laboral en el área de marketing digital o administración de empresas, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	*Experiencia laboral en el área de marketing digital o administración de empresas, de mínimo cuatro años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
*Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m ² por participante. Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos, tales como data y salida a Internet. Sistema de ventilación adecuada. *Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres, con capacidad suficiente para la cantidad de personas que se atiende en forma simultánea. *Espacio físico adecuado, para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento. *Laboratorio o sala de computación acondicionada para el trabajo individual de cada participante con un computador.	*Notebook o PC, para uso de facilitador. *Proyector multimedia. *Telón. *Pizarrón. *Filmadora o cámara fotográfica para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.	*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Líquido corrector. Regla. *Manual del participante con todos los contenidos trabajados en el módulo. *Plumones para pizarrón. *Libro de clases. *Guías prácticas con los contenidos asociados al módulo, por participante.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE



MÓDULO FORMATIVO N° 4

Nombre	SEGURIDAD DIGITAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN COMERCIOS ELECTRÓNICOS	
N° de horas asociadas al módulo	20,00	
Código Módulo	MA02537	
Perfil ChileValora asociado al módulo	SIN PERFIL CHILEVALORA ASOCIADO.	
UCL(s) ChileValora relacionada(s)	SIN UCL ASOCIADA.	
Requisitos de ingreso	Educación media completa, preferentemente.	
Competencia del módulo	Distinguir aspectos de seguridad de la información y protocolos de atención al cliente en comercios electrónicos de acuerdo a las necesidades de la empresa y la experiencia del cliente.	
Adaptabilidad a modalidad no presencial	Este módulo puede ser adaptado por el ejecutor para desarrollo online.	
APRENDIZAJES ESPERADOS	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	CONTENIDOS
1. Describir los criterios de seguridad digital requeridos en el comercio electrónico de acuerdo a plataformas digitales.	1.1 Identifica concepto de seguridad digital en comercio electrónico de acuerdo a criterios de protección de datos. 1.2 Distingue aspectos de seguridad en plataformas digitales de acuerdo a tipos de hosting. 1.3 Describe características de seguridad en transacciones de comercio electrónico.	1. Seguridad digital en el comercio electrónico: Seguridad digital y protección de datos. Plataformas de comercio electrónico: hosting y seguridad. Cuentas de usuarios o clientes: autenticación. Transacciones y medios de pagos Fraudes en comercio electrónicos: tipos, características y prevención. Certificados digitales según encriptación y funcionamiento. Firma digital.
2. Relacionar los factores externos e internos del cliente en el proceso de compra y venta de productos o servicios mediante plataformas de comercio electrónico y la atención al cliente de acuerdo a procesos comerciales.	2.1 Identifica los factores internos y externos en la atención al cliente en el comercio electrónico. 2.2 Caracteriza el proceso de atención al cliente de acuerdo a sus etapas dentro del comercio electrónico.	2. El comportamiento del cliente en el comercio electrónico: Factores que afectan el comportamiento de un cliente en comercio electrónicos: Factores Externos, Factores internos, Factores personales. Características del proceso de compras y la atención al cliente: actores intervinientes y sus características. Modelo de etapas del proceso de atención al cliente en comercio electrónico.
3. Aplicar procedimientos de atención al cliente de comercios electrónicos de acuerdo a necesidades e incidencias requeridas y experiencia de compra.	3.1 Enumera tipos de acciones asociadas a la atención al cliente en contexto de comercio electrónico. 3.2 Diferencia tipos de plataformas de atención al cliente en comercio electrónico. 3.3 Compara tipos de plataformas de acuerdo a las incidencias solicitadas por el cliente en contexto de comercio electrónico. 3.4 Aplica procedimientos de atención al cliente de acuerdo a necesidades del cliente en comercio electrónico y tipos de plataformas.	3. Acciones y protocolos para la atención a clientes en tienda online: Plataformas de atención: email, chatbots, live chats, RRSS, click to call, wathasapp, teléfonos, entre otros. Tipos de incidencias asociadas al comercio electrónico: técnicas, logísticas, de compra, entre otras. Trato individualizado al cliente y experiencia del cliente. Interacción directa con el cliente. Importancia del tiempo de respuesta. Acceso a incidentes y tiempos de respuesta. Diseño de protocolos de respuesta. Relación

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

		de la atención al cliente con el diseño de la tienda online: acceso a información, experiencia de compra, pasos para completar una compra, entre otros. Apartado de preguntas frecuentes, videos, manuales e infografías de carácter explicativo. Posventa en el comercio electrónico.
4. Redactar textos y contenidos asociados a la atención al cliente en contextos de comercio electrónico.	4.1 Define tipos de textos o contenidos de respuesta a incidencias de clientes en ventas o postventa de comercio electrónico. 4.2 Utiliza pautas de redacción de textos y contenidos para la atención al cliente de acuerdo tipos de incidencias.	4. Estrategias para la redacción de textos y contenidos asociados a la atención al cliente: Pautas para una adecuada redacción: puntuación, uso de conectores. Estrategias para una adecuada redacción de documentos.
PERFIL DEL FACILITADOR		
Opción 1	Opción 2	Opción 3
-Para contenidos asociados a Seguridad digital: * Formación académica como profesional del área de la informática, con título. *Experiencia laboral en el área de informática y seguridad de la información, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. -Para contenidos asociados a Atención al cliente en comercio electrónico: * Formación académica como profesional del área comercial o marketing, con título. *Experiencia laboral en el área de ventas o comercio electrónico, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	-Para contenidos asociados a Seguridad digital: *Formación académica como Técnico de Nivel Superior del área de la informática, con título. *Experiencia laboral en el área de informática y seguridad de la información, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. -Para contenidos asociados a Atención al cliente en comercio electrónico: *Formación académica como Técnico de Nivel Superior del área comercial o marketing, con título. *Experiencia laboral en el área de comercio, de mínimo dos años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.	-Para contenidos asociados a Seguridad digital: *Experiencia laboral en el área de informática y seguridad de la información, de mínimo cuatro años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable. -Para contenidos asociados a Atención al cliente en comercio electrónico: *Experiencia laboral en el área de comercio, de mínimo cuatro años, demostrable. *Experiencia como facilitador/a de capacitación para personas adultas, de mínimo 250 horas cronológicas, demostrable.
RECURSOS MATERIALES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MÓDULO FORMATIVO		
Infraestructura	Equipos y herramientas	Materiales e insumos
*Sala de clases que cuente al menos con 1,5 m ² por participante. Puestos de trabajo individuales que considere mesa y silla o silla universitaria. Escritorio y silla para el facilitador. Conexiones para utilizar medios didácticos, tales como data y salida a Internet. Sistema de ventilación adecuada. *Servicios higiénicos separados para hombres y mujeres, con capacidad suficiente para la cantidad de	*Notebook o PC, para uso de facilitador. *Proyector multimedia. *Telón. *Pizarrón. *Filmadora o cámara fotográfica para registrar evidencias de actividades realizadas, especialmente de los participantes.	*Set de oficina, uno por participante, compuesto por: Carpeta o archivador. Cuaderno o croquera. Lápiz pasta. Lápiz grafito. Goma de borrar. Liquido corrector. Regla. *Manual del participante con todos los contenidos trabajados en el módulo. *Plumones para pizarrón. *Libro de clases.

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

<p>personas que se atiende en forma simultánea. *Espacio físico adecuado, para realizar actividades y ejercicios de desplazamiento. *Laboratorio o sala de computación acondicionada para el trabajo individual de cada participante con un computador.</p>		<p>*Guías prácticas con los contenidos asociados al módulo, por participante.</p>
---	--	---

EL CONTENIDO DE ESTE DOCUMENTO NO PUEDE SER MODIFICADO SIN LA AUTORIZACIÓN DE SENCE

