

CURSO	:	E-COMMERCE
DURACIÓN	:	32 Horas (8 Sesiones o 16 Sesiones)
PRE – REQUISITO	:	Conocimientos básicos de Internet

SUMILLA

El curso permitirá a los alumnos entender de manera teórica la importancia y efectividad de Internet como medio publicitario; a la vez que podrán aplicar de manera práctica dichos conceptos mediante una instrucción técnica en el uso de las principales herramientas de publicidad y e-mail marketing en Internet. Ambos tipos de instrucción serán apoyados por el análisis y la resolución de casos prácticos. Al final del curso, el alumno dominará la terminología y los principales conceptos aplicados a la materia, a la vez que conocerá a profundidad las herramientas que ofrecen hoy en día los principales medios publicitarios, como Google y Facebook, en sus diferentes formatos y aplicaciones. Con ello, contará con la preparación necesaria para obtener la certificación de Google Adwords.

SES	CONTENIDO
1	<ul style="list-style-type: none"> Presentación Introducción al comercio electrónico
2	<ul style="list-style-type: none"> Casos y proyectos de e-commerce
3	<ul style="list-style-type: none"> Comportamiento del consumidor online
4	<ul style="list-style-type: none"> Crear un modelo de negocio online El modelo Omnicanal
5	Planificación <ul style="list-style-type: none"> Metodología para la planificación de un sitio de e-commerce.
6	Plataformas de e-commerce <ul style="list-style-type: none"> Claves de diseño y usabilidad El carrito de compra El Upselling y Crossselling
7	Taller Práctico 1: Creando un sitio web e-commerce con Shopify.
8	Plataformas de pago <ul style="list-style-type: none"> Tipos de plataformas Diferencias Definición de riesgos Seguridad en la compra
9	Cierres de operaciones <ul style="list-style-type: none"> Formas de envío de productos (Logística) Servicio al cliente y reclamos

10	Taller Práctico 2: Analizar e implementar una pasarela de pagos.
11	Promoción del e-commerce I <ul style="list-style-type: none"> • Search Engine Optimization (SEO) y Search Engine Marketing (SEM) • Social Media Marketing
12	Promoción del e-commerce II <ul style="list-style-type: none"> • Email Marketing: usando mailchimp y analizando plataformas de CRM. • Catálogos y contenidos: creación y difusión de catálogos. • Otras formas de promoción de la plataforma de e-commerce.
13	Analítica e-Commerce I <ul style="list-style-type: none"> • Métricas y KPI's para e-commerce • Google Analytics: implementación en la plataforma.
14	Analítica e-Commerce II <ul style="list-style-type: none"> • Informes y dashboards con Google Analytics • Plantillas de informes personalizados. • Dashboards personalizados usando API Google Analytics.
15	Analítica e-Commerce III <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de embudos del proceso de compra. • Análisis del proceso de compra y tráfico con Google Analytics
16	EXAMEN FINAL + PROYECTO FINAL

Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores

Telf: 242-6890 / 242-6747

arteydiseno@ipad.edu.pe

ipad.pe