

CURSO	:	E-COMMERCE
DURACIÓN	:	32 Horas / (16 sesiones)
PRE – REQUISITO	:	Conocimientos básicos de marketing

SUMILLA

E-commerce: Creación y Gestión Efectiva es un curso que pertenece al área de marketing digital. Está orientado a jóvenes profesionales y emprendedores que desean aprender a implementar y gestionar una tienda online desde cero. Su finalidad es proporcionar las herramientas necesarias para crear un e-commerce exitoso y competitivo.

A lo largo del curso, los participantes aprenderán sobre plataformas de e-commerce, gestión de productos, logística, marketing digital y optimización de tiendas online. El objetivo general es que los alumnos puedan diseñar, implementar y gestionar su propia tienda en línea, aplicando estrategias comerciales efectivas.

REQUISITOS

Conocimientos básicos de marketing.

SE	CONTENIDO
1	¿QUÉ ES EL E-COMMERCE? OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS <ul style="list-style-type: none"> • Evolución del comercio electrónico • Diferentes modelos de negocio: B2B, B2C, C2C • Ventajas y retos del e-commerce • Cambios en el comportamiento del consumidor
2	PLATAFORMAS DE E-COMMERCE: ESCOGE LA MEJOR PARA TU NEGOCIO <ul style="list-style-type: none"> • Comparación de plataformas: Shopify, WooCommerce, Magento • Factores clave en la elección de una plataforma • Ventajas de soluciones SaaS vs plataformas de código abierto • Costos, escalabilidad y personalización
3	DISEÑO PARA E-COMMERCE: UX/UI <ul style="list-style-type: none"> • E Principios de experiencia de usuario (UX) y diseño de interfaces (UI) • Creación de un recorrido de compra intuitivo • Elementos visuales y navegación eficiente • Optimización para dispositivos móviles
Trab	Primer Avance del Proyecto
4	BRANDING PARA TIENDAS ONLINE <ul style="list-style-type: none"> • Importancia del branding en e-commerce • Definir y comunicar la identidad visual de la marca • Estrategias de diferenciación en el mercado • Consistencia de marca en todos los canales
5	SOFTWARES PARA E-COMMERCE: BACK-END & FRONT-END <ul style="list-style-type: none"> • Funciones del back-end: gestión de productos, usuarios y pedidos • Personalización del front-end: temas y plantillas • Conexión con sistemas de gestión empresarial (ERP, CRM) • Optimización del rendimiento y tiempos de carga

6	PRINCIPALES PÁGINAS DE E-COMMERCE <ul style="list-style-type: none"> • Página de inicio: diseño y contenido clave • Páginas de productos: descripciones, imágenes y CTA • Página de pago y carrito de compra • Políticas de privacidad, términos y condiciones
Trab	Segundo Avance del Proyecto
7	PASARELAS DE PAGOS Y GESTIÓN DE ENVÍOS EN E-COMMERCE <ul style="list-style-type: none"> • Métodos de pago: Pay-U, PayPal, Niubiz • Seguridad en transacciones: SSL y cifrado • Opciones de envío: integración con operadores logísticos • Estrategias de gestión de envíos
8	ATENCIÓN AL CLIENTE Y SOPORTE EN UNA TIENDA ONLINE <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de atención: chatbots, soporte en vivo, FAQs • Estrategias para fidelizar clientes a través del servicio • Gestión de reseñas y feedback online • Resolución de problemas postventa
9	ESTRATEGIAS DE TRÁFICO: SEO PARA E-COMMERCE <ul style="list-style-type: none"> • Optimización on-page: estructura y contenido de productos • Uso de palabras clave para productos y categorías • SEO técnico: velocidad, indexación y rendimiento • Estrategias de link building
Trab	Tercer Avance del Proyecto
10	PUBLICIDAD ONLINE: GOOGLE ADS, FACEBOOK E INSTAGRAM <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de campañas en Google Ads • Publicidad en Facebook e Instagram • Remarketing para atraer a visitantes recurrentes • Medición y análisis del ROI publicitario
11	EMAIL MARKETING Y AUTOMATIZACIÓN DE VENTAS <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas de email marketing: Mailchimp, Doppler • Segmentación de audiencias y personalización de campañas • Automatización de ventas: carritos abandonados, series de bienvenida • Medición de efectividad: tasas de apertura y conversión
12	REDES SOCIALES Y E-COMMERCE: CÓMO VENDER MÁS <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de contenido en redes sociales para e-commerce • Integración de tiendas en Instagram y Facebook • Marketing de influencers y afiliados • Publicaciones comprables y social commerce
Trab	Cuarto Avance del Proyecto
13	MEJORA LA CONVERSIÓN: OPTIMIZACIÓN DE LA TIENDA ONLINE <ul style="list-style-type: none"> • Factores que afectan la tasa de conversión • Test A/B para mejorar la experiencia de usuario • Optimización de la velocidad de la página y usabilidad • Implementación de ajustes continuos basados en datos
14	PERSONALIZACIÓN Y CROSS SELLING: AUMENTA EL VALOR DEL TICKET PROMEDIO <ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de personalización: productos recomendados • Cross-selling y upselling efectivos • Técnicas de venta adicional: pop-ups, descuentos • Análisis del comportamiento de compra para personalización
15	MEDICIÓN Y KPIS PARA E-COMMERCE <ul style="list-style-type: none"> • Configuración de Google Analytics • Principales KPIs: tasa de conversión, valor promedio del pedido • Embudos de conversión y comportamiento de usuarios • Uso de datos para mejorar decisiones comerciales

16

CIERRE DE PROYECTO

EXAMEN FINAL: Presentación del Proyecto

Los alumnos desarrollarán un proyecto grupal en diapositivas que consiste en implementa un negocio e-commerce ficticio. El entregable se llama "Proyecto de Negocio Ecommerce".

Presentarán avances por etapas, aplicando herramientas y estrategias vistas en clase. La evaluación culminará con la exposición final de las soluciones aplicadas a la tienda online con un feedback del mismo.

Informes e Inscripciones

Av. Benavides 715, Miraflores

Telf: 242-6747

arteydiseno@ipad.edu.pe

ipad.pe