

Los estudios del programa online de especialización en Comercio Electrónico y Marketing Digital comprenden un total de 4 cursos distribuidos en 32 sesiones.



## CURSO I

### COMERCIO ELECTRÓNICO

- Sesión 1 IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO ECOMMERCE I**
- Introducción al Comercio Electrónico.
  - Los modelos de ecommerce más exitosos de la historia.
  - Tipo de plataformas ecommerce.
  - Proyección ecommerce.
- Sesión 2 IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO ECOMMERCE II**
- Estrategias efectivas para diseñar un proyecto ecommerce.
  - Análisis del Mercado.
  - Enfoque en resolver un problema de un nicho.
  - Enfoque en el desarrollo de producto.
- Sesión 3 IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO ECOMMERCE III**
- La gestión eficiente del catálogo de productos.
  - El flujo de compra de un consumidor online.
  - Análisis y seguimiento mediante métricas y KPI's para analizar la efectividad del proyecto ecommerce.
- Sesión 4 ANÁLISIS DE LOS PROCESOS LOGÍSTICOS**
- La importancia de la logística en el ecommerce.
  - La optimización de los procesos logísticos para la rápida entrega de pedidos.
  - Efulfillment.
  - La seguridad de los medios de pago.
- Sesión 5 E-COMMERCE: APLICACIONES MÓVILES I**
- Estrategia mobile para el ecommerce.
  - El desarrollo de las aplicaciones móviles en el Perú.
  - Casos de éxito de aplicaciones móviles.
- Sesión 6 E-COMMERCE: APLICACIONES MÓVILES II**
- Campañas digitales para mobile.
  - Estrategias para fidelizar al cliente mobile.
  - Mediciones de campañas para mobile.
- Sesión 7 LA ATENCIÓN AL CLIENTE ONLINE**
- Conociendo al cliente online.
  - Las ofertas y descuentos para fidelizar al cliente.
  - Estrategias de fidelización para el cliente online
  - Atención al cliente online multicanal.
- Sesión 8 PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**
- El alumno presentará el proyecto integrador de la asignatura y se brindará retroalimentación.



## CURSO II

### GESTIÓN Y APLICACIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL MEDIA

- Sesión 1 FUNDAMENTOS DE MARKETING DIGITAL I**
- Marketing digital 4.0 y su evolución.
  - Medios de comunicación digital.
  - Plataformas de marketing digital.
  - Digitalización de las marcas.
- Sesión 2 ANÁLISIS DEL MICRO Y MACRO ENTORNO DIGITAL Y ANÁLITICA DE INFORMACIÓN DIGITAL**
- Introducción al entorno de marketing digital y sus componentes.
  - Análisis del micro entorno digital: análisis de clientes, competidores, proveedores e intermediarios.
  - Análisis del macro entorno digital: fuerzas tecnológicas, económicas, políticas, legales y sociales.
  - Analítica de información digital, tendencias generales online y big data.
- Sesión 3 ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE SOCIAL MEDIA**
- Introducción y mitos de la social media aplicada a los negocios.
  - Características especiales de la social media.
  - Tácticas de uso para las principales redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube, Vimeo, Instagram, Pinterest, Whatsapp y LinkedIn.
  - Tendencias de social media y casos de éxito.
- Sesión 4 ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE MARKETING DE CONTENIDOS Y MÓVIL**
- Introducción e importancia del marketing de contenidos.
  - ¿Cómo implementar marketing de contenidos?
  - Importancia del marketing móvil y características de los principales dispositivos móviles.
  - Sitios web responsive y aplicaciones móviles.
  - Tendencias del marketing de contenidos, marketing móvil y casos de éxito.
- Sesión 5 PLANEAMIENTO DE SOCIAL MEDIA I**
- Ciclo de planeamiento de social media.
  - Desarrollo de la fase de investigación y determinación de objetivos.
  - Desarrollo de la fase de determinación de estrategia y público objetivo.
  - Análisis de estadísticas de social media (mundial/Latinoamérica) y presentación de casos de éxito.
- Sesión 6 PLANEAMIENTO DE SOCIAL MEDIA II**
- Desarrollo de la fase de implementación: plataformas, herramientas y consejos para las principales redes sociales.
  - Desarrollo de la fase de monitoreo: KPI's y herramientas de medición.
  - Presentación de casos de éxito.
- Sesión 7 PLAN DE MARKETING DIGITAL**
- Importancia del plan de marketing digital.
  - Estructura de un plan de marketing digital.
  - Similitudes y diferencias del plan de marketing tradicional vs digital.
  - Content marketing aplicado al plan de marketing.
  - Estrategia long tail aplicado al plan de marketing.
- Sesión 8 PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**
- El alumno presentará el proyecto integrador de la asignatura y se brindará retroalimentación.



## CURSO III

### ESTRATEGIAS DIGITALES, USABILIDAD (UX) Y ANALÍTICA WEB

- Sesión 1 IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DIGITAL**
- Activos necesarios para una efectiva estrategia digital (dominio, hosting, página web, redes sociales y herramientas de medición).
  - El diseño de la página web y mejorando la experiencia de usuario (UX) para lograr conversiones.
  - Indicadores de gestión (KPI's) y objetivos para empezar a vender online.
- Sesión 2 ADQUISICIÓN Y CONVERSIÓN ONLINE**
- ¿Cómo posicionar mi web en Google con una estrategia de SEO?
  - Vendiendo más rápido por Internet con publicidad pagada en Google y Facebook con estrategia SEM.
  - Optimizando campañas de Google Adwords y Facebook ADS.
  - Modelos de costos en publicidad por internet (CPC, CPM y CPL).
  - Publicidad Display.
- Sesión 3 ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN ONLINE**
- El plan de comunicación corporativa para mejorar la atención a los clientes.
  - Estrategias de retención de clientes online con experiencias de compras memorables.
  - Email marketing y las buenas prácticas para fidelizar clientes.
  - El Remarketing y el marketing de automatización.
- Sesión 4 HERRAMIENTAS PARA LA RETENCIÓN ONLINE**
- Inbound Marketing como estrategia de retención.
  - Acompañando a nuestro cliente en su compra (Customer Journey Map).
  - Storytelling y la Gamificación.
  - Mejores prácticas para Atención al cliente online.
- Sesión 5 MEDICIÓN DE RESULTADOS CON ANALÍTICA WEB I**
- Introducción a la analítica web.
  - Tipo de análisis web.
  - Gestión de métricas.
- Sesión 6 MEDICIÓN DE RESULTADOS CON ANALÍTICA WEB II**
- Google Analytics.
  - Configuración de embudos de conversión.
  - Enlazar Google Analytics con campañas online.
- Sesión 7 TALLER DEL PROYECTO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL**
- Comercio Electrónico, Pasarelas de pago y operadores logísticos.
  - El social commerce como herramienta de ventas.
  - Introducción al proyecto de plan de marketing digital.
  - Diferenciándome de mi competencia con valores agregados.
  - Como atraer a clientes nuevos a la página web.
  - Estrategia de medios digitales.
  - Medición de las campañas del plan de medios.
  - Optimización de campañas del plan de medios.
- Sesión 8 PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**
- El alumno presentará el proyecto de la asignatura y se brindará retroalimentación.



## CURSO IV

### GESTIÓN COMERCIAL Y ROI EN MARKETING DIGITAL

- Sesión 1 PLAN DE VENTAS Y CRM**
- ¿Cómo realizar la estimación de ventas?
  - Definición de fuerza de ventas.
  - Canales de ventas.
  - Criterios para elegir un canal de ventas.
  - Definición del CRM social y digital.
  - Herramientas de CRM para las empresas.
- Sesión 2 APLICACIONES MÓVILES**
- Relación entre mercadotecnia y aplicaciones móviles.
  - Tipos de estrategias de mercadotecnia móvil.
  - Ejemplos de estrategias móviles exitosas.
- Sesión 3 GESTIÓN DE CANALES DE VIDEO EN INTERNET**
- Definición de video marketing.
  - Métricas importantes en el video marketing.
  - Plataformas de video.
- Sesión 4 GESTIÓN DE VBLOGGERS Y OTROS TIPOS DE PLATAFORMAS COLABORATIVAS**
- Criterios para la elección de Vloggers.
  - Principales Vloggers en latinoamérica.
  - Definición y uso de YouTube partners.
  - Definición de webinars y podcast.
- Sesión 5 ESTRATEGIAS COMERCIALES**
- ¿Qué es gestión comercial?
  - Desarrollo de estrategias comerciales.
  - Tipos de estrategias comerciales.
- Sesión 6 ROI EN CAMPAÑAS DE MARKETING DIGITAL**
- Definición del ROI en marketing.
  - Pasos para medir el ROI en campañas digitales.
- Sesión 7 PLAN DE MARKETING DIGITAL**
- Importancia de un plan de marketing digital.
  - Auge de las estrategias móviles comerciales.
- Sesión 8 PRESENTACIÓN DE PROYECTOS**
- El alumno presentará el proyecto integrador de la asignatura y se brindará retroalimentación.