

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

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

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

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](http://ipad.pe)