



Marketing E-commerce

Plan de Estudio

next_u



Descripción

El programa de Marketing E-commerce permite adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para crear una estrategia de marketing en el área de comercio electrónico, incluyendo la construcción de la estructura y procesos necesarios para su puesta en marcha. Igualmente, se establecen canales alternos para la gestión del e-commerce y se identifican buenas prácticas para el cumplimiento de las actividades relacionadas, siendo una de las más importantes la atracción y fidelización de clientes.



Objetivos de Aprendizaje

Los estudiantes que cursan y aprueban los ocho módulos que componen el curso, están en capacidad de:

1. Utilizar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio tomando como base su situación actual, teniendo en cuenta los objetivos planteados.
2. Construir un Plan de Mercadeo digital.
3. Aplicar los fundamentos para la gestión del e-commerce a través de modelos de negocios y canales alternos.
4. Implementar los componentes, herramientas y/o estrategias para la construcción de un sitio e-commerce seguro y de calidad.
5. Construir una estrategia de marketing digital que permita atraer y retener clientes por medio del e-Commerce.
6. Definir estrategias de cumplimiento de indicadores basados en análisis y valoraciones de la gestión del canal de comercio electrónico.



Estructura y Contenidos

El programa de Marketing Digital cuenta con ocho módulos que abordan diferentes aspectos relacionados con el negocio, la marca y la estrategia digital. A continuación te ofrecemos la estructura de nuestra certificación.

01 - Fundamentos de mercadeo tradicional y digital

Descripción:

Este módulo presenta los aspectos básicos de los objetivos de negocio y la estrategia de mercadeo tanto tradicional como digital.

Objetivos:

1. Diagnosticar la situación actual del negocio como insumo para la estrategia de mercadeo (*características, expectativas, consumidor, competencia, presupuesto*).
2. Diferenciar los elementos de la estrategia de mercadeo digital.
3. Relacionar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio.
4. Explicar el valor agregado de la estrategia de marketing digital en el negocio.
5. Definir los objetivos de afinidad con la audiencia.

02 - Plan de Marketing Digital

Descripción:

Este módulo te permitirá desarrollar paso a paso las estrategias necesarias para poner en marcha el negocio en el ámbito digital que permite analizar todos los aspectos que se deben atender -antes de comenzar a definir cualquier objetivo de mercadeo digital-, desde el punto de vista interno y externo del negocio, tanto en los que realizan una migración de lo físico a lo digital, como los que se plantean para posicionarse en el ámbito digital desde un inicio.

Objetivos:

1. Analizar el macro y micro entorno empresarial para incursionar en el mundo digital.
2. Construir tu plan de mercadeo digital.

03 - Fundamentos del E-commerce

Descripción:

En este módulo conocerás los fundamentos básicos para comprender el mundo del comercio electrónico y la forma como este funciona, además de sus diferencias y similitudes con el comercio tradicional y las técnicas de mercadeo aplicadas a esta nueva modalidad de negocio. Así mismo, estarás en la capacidad de desarrollar una serie de acciones de alta efectividad que te permitirán esbozar las bases de una estrategia de comercio electrónico integral y exitosa.

Objetivos:

1. Evaluar la situación actual del negocio como insumo para la creación del canal de comercio electrónico.
2. Construir la estructura, los recursos y procesos para la creación del canal de Comercio electrónico.
3. Identificar buenas prácticas para el cumplimiento de actividades involucradas en el proyecto de comercio electrónico.
4. Establecer canales alternos para la gestión de un e-commerce.

04 - Componentes de un E-commerce

Descripción:

En este módulo conocerás los componentes esenciales que debe tener una tienda virtual para brindar al usuario una experiencia agradable y memorable. Se hará un recorrido por los aspectos fundamentales de un e-commerce, entre los cuales se encuentran: las políticas del consumidor, las pasarelas de pago y el carrito de compras, entre muchos otros.

Objetivos:

1. Implementar Sistemas de Gestión de Contenido para comercio electrónico.
2. Identificar las plataformas de pago adecuadas para un e-commerce.
3. Estructurar la lógica del sitio web mediante el uso de experiencia de usuario y diseño de interfaz.
4. Implementar certificados SSL.

05 - Estrategias de marketing y ventas

Descripción:

En este módulo aprenderás a diseñar estrategias de mercadeo tanto tradicional como digital respondiendo a los objetivos de negocio para que tu gestión tenga efectos en lo estratégico y lo operativo.

Objetivos:

1. Diagnosticar la situación actual del negocio como insumo para la estrategia de mercadeo (características, expectativas, consumidor, competencia, presupuesto).
2. Diferenciar los elementos de la estrategia de mercadeo digital.
3. Relacionar estrategias de mercadeo tradicional y digital al negocio.
4. Explicar el valor agregado de la estrategia de marketing digital en el negocio.
5. Definir los objetivos de afinidad con la audiencia.

06 - Análisis del negocio

Descripción:

En este módulo conocerás la importancia de realizar un análisis del negocio y la forma como podrás llevar a cabo dicho proceso. Esto garantizará que tu marca no solo tendrá la capacidad de realizar campañas de venta y mercadeo atractivas, sino que también podrá analizar dichas campañas y estrategias con el objetivo de establecer mejoras y modificaciones en los procesos de la empresa.

Objetivos:

1. Validar el cumplimiento de objetivos del proyecto de comercio electrónico.
2. Analizar la oferta de producto actual dentro del canal de comercio electrónico.
3. Realizar informes de gestión del canal.
4. Evaluar efectividad de la estrategia digital.





Proyectos Finales

Módulos | E-commerce

Proyecto Final

01 - Fundamentos de marketing tradicional y digital

Analizar el caso de una empresa y proponer una estrategia de mercadeo.

02 - Plan de Marketing Digital

Diseñar un Plan de Marketing Digital fundamentado en un diagnóstico del entorno de negocio en digital.

03- Fundamentos del e-commerce

Proponer una estrategia de mercadeo a partir del análisis de un caso presentado.

04 - Componentes de un e-commerce

Construir un portal de comercio electrónico.

05 - Estrategias de marketing y ventas

Desarrollar una estrategia de marketing y ventas para un comercio electrónico.

06 - Análisis del negocio

Realizar un análisis de la oferta, el cumplimiento de objetivos y la oferta actual de un e-commerce.