

Curso: E-commerce para Emprendedores y Gestores de Tiendas Online

Contenidos Mínimos

- Introducción al comercio electrónico y modelos de negocio digitales.
- Plataformas de e-commerce y gestión de tiendas online.
- Catálogo de productos y experiencia de compra.
- Medios de pago y logística.
- Estrategias de captación y conversión de clientes.
- Marketing para e-commerce.
- Analítica y métricas de rendimiento.
- Gestión operativa y optimización de tiendas online.

Duración: 24 horas

Modalidad: Virtual - Teórico-Práctica

Clases: 16 clases de 1 hora y media

Introducción

El comercio electrónico se ha consolidado como uno de los principales canales de venta a nivel mundial. Tanto emprendedores como empresas requieren profesionales capaces de crear, administrar y optimizar tiendas online orientadas a resultados.

Este curso brinda una formación integral para quienes deseen desarrollar su propio negocio digital o gestionar profesionalmente tiendas online de marcas y empresas, incorporando herramientas prácticas de operación, marketing, logística y análisis de datos.

Objetivos Generales

- Comprender el ecosistema del comercio electrónico.
- Crear y gestionar una tienda online de forma profesional.
- Implementar estrategias para aumentar ventas y conversiones.
- Analizar indicadores clave para optimizar resultados.
- Desarrollar un proyecto integral de e-commerce.

Objetivos Específicos

- Identificar oportunidades de negocio en el entorno digital.
- Seleccionar plataformas de e-commerce según objetivos.
- Configurar catálogos y fichas de productos efectivas.
- Gestionar medios de pago y procesos logísticos.
- Diseñar estrategias de captación y fidelización de clientes.
- Interpretar métricas clave para la toma de decisiones.
- Elaborar un plan de gestión integral para una tienda online.

Desarrollo por Clases (16 clases de 1 hora y 30 minutos)

Clase 1 – Introducción al E-commerce

Conceptos fundamentales del comercio electrónico. Evolución del mercado digital, tendencias actuales y modelos de negocio online.

Clase 2 – Modelos de Negocio Digital

B2C, B2B, C2C, marketplaces y tiendas propias. Análisis de casos de éxito y oportunidades de mercado.

Clase 3 – Plataformas de E-commerce

Comparación de plataformas (Tiendanube, Shopify, WooCommerce y otras). Ventajas, costos y funcionalidades.

Clase 4 – Creación de una Tienda Online

Estructura de una tienda online. Configuración inicial, navegación, categorías y diseño orientado a la conversión.

Clase 5 – Gestión de Productos y Catálogo

Carga de productos, descripciones persuasivas, imágenes, precios, promociones y gestión de inventario.

Clase 6 – Experiencia de Usuario (UX) y Conversión

Recorrido del cliente, proceso de compra, optimización de fichas de producto y reducción de abandonos.

Clase 7 – Medios de Pago

Pasarelas de pago, billeteras virtuales, seguridad en las transacciones y gestión financiera del canal online.

Clase 8 – Logística y Operaciones

Métodos de envío, integración logística, gestión de stock, costos operativos y atención al cliente.

Clase 9 – Marketing para E-commerce

Estrategias para generar tráfico y ventas. Canales orgánicos y pagos aplicados al comercio electrónico.

Clase 10 – Redes Sociales y Social Commerce

Uso de Instagram, Facebook, TikTok y WhatsApp para potenciar ventas. Integración con la tienda online.

Clase 11 – Publicidad Digital para Tiendas Online

Introducción a Meta Ads y Google Ads orientados a e-commerce. Campañas de tráfico, conversión y remarketing.

Clase 12 – Fidelización y Automatización

Se trabajará en estrategias de fidelización, recuperación de carritos abandonados, email marketing y automatización de procesos para optimizar la gestión y las ventas.

Clase 13 – Analítica y Métricas

Indicadores clave: tráfico, tasa de conversión, ticket promedio, CAC, ROAS y rentabilidad.

Clase 14 – Optimización y Escalabilidad

Mejora continua de la tienda online. Pruebas, optimización de procesos y estrategias de crecimiento.

Clase 15 – Desarrollo del Proyecto Final

Diseño de una tienda online o plan de gestión integral para una marca real o ficticia.

Clase 16 – Presentación y Evaluación

Presentación del proyecto final, análisis estratégico, proyección comercial y evaluación integral.

Evaluación

La evaluación será práctica y continua, considerando ejercicios aplicados durante el curso y la presentación de un proyecto final integrador.

Competencias Adquiridas

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comprender el funcionamiento del comercio electrónico y sus modelos de negocio, seleccionar y gestionar plataformas de e-commerce, crear y administrar catálogos de productos, implementar medios de pago y soluciones logísticas, optimizar la experiencia de compra, desarrollar estrategias de marketing orientadas a la venta online, analizar métricas clave para la toma de decisiones, implementar acciones de fidelización y automatización, y gestionar profesionalmente tiendas online tanto para emprendimientos propios como para empresas y marcas consolidadas.