



Diplomatura en E-commerce y Marketing Digital

TEMARIO



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES



— **SOBRE NUESTRO CURSO**

El comercio electrónico se transformó en uno de los grandes logros no solo de la globalización sino también de la transformación digital. Poder comprar cualquier producto a tan solo un clic de distancia es la herramienta favorita para quienes prefieren salir de shopping desde la comodidad de su hogar.

Con el avance de la industria online, el país se consolida como uno de los mercados más desarrollados en materia de comercio electrónico de la región. El 85% de las empresas ofrecen la opción, y el boom es cada vez más federal: el argentino se anima cada vez más a comprar por internet en todo el país.

Por estas razones creemos necesario ofrecer en el mercado educativo un curso de marketing digital e E-commerce que sea presencial cuya principal característica será el análisis de casos y la puesta en práctica de herramientas a utilizarse en el marketing digital e E-commerce.

Pero, para que todo esto sea posible, es necesario también manejar Google Ads como solo lo saben hacer los profesionales, y acompañar las estrategias de marketing digital con un seguimiento detallado de los resultados, mediante Google Analytics.

Durante el curso aprenderás a diseñar, planificar, elaborar y desarrollar Tiendas Virtuales con WordPress. Aprenderás a integrarlo con tus redes sociales para optimizar tus campañas publicitarias. Comprenderás los conceptos esenciales del Diseño y el Desarrollo Web.

demás, al finalizar el curso estarás listo para rendir los exámenes oficiales de Google, títulos de valor internacional que te abrirán numerosas puertas laborales.



REQUISITOS

- Conocimientos generales de PC:
- Manejo del sistema operativo Windows.
- Manejo de programas Office.
- Manejo de los principales navegadores web.



DURACIÓN

Cantidad de horas: 90



MODALIDAD

Cursada: Online.



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES



— OBJETIVOS

Objetivo general:

• Aprender a crear la presencia en la web para montar un sitio web completo de comercio electrónico con venta y cobros online, y ejercitar las actividades necesarias para montar una presencia efectiva en la Web utilizando las herramientas de google ADS y Google Analytics para cualquier emprendimiento y entender los riesgos que supone invertir en Internet como medio de comercialización.

Objetivos específicos:

- Que los alumnos adquieran las habilidades necesarias para armar un proyecto de sitio web de comercio electrónico y cobro online.
- Que los alumnos aprendan todo lo necesario para gestionar un ecommerce.
- Que los alumnos promocionen de forma correcta sus productos y servicios a través de anuncios optimizados.
- Que los alumnos sepan interpretar y elaborar informes de rendimiento.
- Que los alumnos optimicen el rendimiento de sus campañas al comprender las métricas e indicadores proporcionados por Google Analytics.
- Que los alumnos incorporen técnicas y estrategias avanzadas para cerrar ventas tales como el remarketing, la automatización, etc.
- Que los alumnos incorporen los conceptos indispensables para rendir los exámenes de certificación oficial de Google Ads y Google Analytics.
- Que los alumnos aprendan a instalar el CMS de Wordpress en un Hosting
- Que los alumnos aprendan nociones elementales del Diseño Web.
- Que los alumnos sepan gestionar una Base de Datos desde el Sitio.
- Que los alumnos desarrollen Sitios Web diversos, desde e-commerce hasta blogs.
- Que los alumnos incorporen su sitio web a las redes sociales para el manejo de campañas publicitarias



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES



— DESTINATARIOS

- Área de Marketing, Comunicación y Publicidad, Internet o marketing digital en empresas o instituciones
- Community Managers y Social Media Managers que quieren ayudar a sus clientes a conseguir mejores resultados.
- Emprendedores que quieren aprender a captar los mejores leads para sus proyectos.
- Agencias de marketing que quieren ofrecer nuevos servicios a sus clientes.
- Profesionales y empresas que quieren promocionar sus servicios y conseguir nuevos clientes.
- Profesionales independientes que quieren desarrollar una tienda virtual para vender sus productos.

Además, el curso está abierto al público en general que se encuentre interesado en el uso de las herramientas de WordPress, Google Ads y Google Analytics.



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

PROGRAMA DE CONTENIDOS

Módulo:

E-commerce & Marketing Digital



Clase 1: Presentación del curso

- Presentación (docentes, alumnos, modalidad de cursada y evaluación).
- Entrega de las consignas del Proyecto Final Integrador (PFI).
- Evolución de la tienda física al e-commerce



Clase 2: Ventas online

- El comercio electrónico
- Proyectos de e-commerce
- Diferencias en comercio offline y online



Clase 3: Consumidores

- Consumidor online expectativas y comportamiento
- Consumidores tipo e-commerce
- Proceso de decisión de compra de los consumidores
- ¿Qué buscan los consumidores en un e-commerce?



Clase 4: Marketing Digital para E-commerce

- Estrategia de marketing para e-commerce
- FODA
- Estrategias y acciones de marketing digital para e-commerce



Clase 5: Crear el negocio online, procesos

- La tienda online
- Claves de diseño
- Crear la tienda online
- El carrito de compras
- Cierre de Operaciones
- Servicio y logística de la tienda online
- Plataforma de eCommerce: TiendaNube



Clase 6: Acciones de marketing para E-commerce

- Landing Page
- Email marketing para e-commerce
- Newsletters
- Posicionamiento SEO/SEM
- Redes Sociales



Clase 7: Atención al cliente para E-commerce

- Atención al cliente en una tienda online
- Canales tradicionales y alternativos de atención al cliente en tu tienda online
- Herramientas para facilitar la atención al cliente online
- Cómo prevenir y gestionar las crisis en los sitios web y las redes sociales
- Atención al cliente en las redes sociales



Clase 8: Branding digital

- Cómo utilizar el branding para fortalecer tu marca
- La importancia del logo para la identidad de tu marca
- Identidad visual de marca a través del branding
- Branding en la estrategia de marketing de redes sociales



Clase 9: Seguridad para vender por internet

- Programa de Protección al Vendedor
- Seguridad y credibilidad en tu sitio web
- Phishing y cómo evitarlo en tu tienda online
- Aspectos legales



Clase 10: Marketplace



Clase 11: Instagram Shopping



Clase 12: Presentación del T.P

Módulo:

WordPress - WooCommerce



Clase 13: Instalación de WordPress

- Hosting y Dominio
- Instalación de WordPress
- Configuración de WordPress



Clase 14: Templates y Langing Page

- Instalar y Personalizar un Tema
- Creación de un Child Theme
- Creación de Landing Page
- Formularios



Clase 15: Tienda Online con WooCommerce

- Instalación y Configuración de WooCommerce
- Carga de Productos
- Configuración de Envíos
- Pasarelas de Pago - MercadoPago



Clase 16: Redes Sociales y Google Service

- Instalación de Pixel de Facebook
- Botón de WhatsApp
- Servicios de Google

Módulo:

Marketing con Google Ads



Clase 17: Funcionamiento de Google Ads

- Subastas en Google Ads.
- Factores de calidad.
- Vincular Google Ads y Google Search Console.
- Política publicitaria de Google Ads.
- Anuncios de texto en campañas inteligentes.



Clase 18: Estructuración de la cuenta, presupuesto y ofertas

- Campañas, grupos de anuncios y anuncios.
- Estrategias de ofertas.
- Relación presupuesto-ofertas.
- Anuncios de texto adaptable en campañas expertas.



Clase 19: Tecnologías de orientación en Search Ads

- Informe de Términos de búsqueda.
- Optimización de palabras clave.
- Otras orientaciones.
- Comparativa con otros anunciantes.
- Anuncios dinámicos de búsqueda.



Clase 20: Introducción a la publicidad gráfica

- Características de las campañas en la red de display.
- Oferta Costo por cada Mil Impresiones Visibles (vCPM).
- Anunciantes de branding.
- Limitación de frecuencia.
- Factores de calidad en display.
- Anuncios adaptables



Clase 21: Orientación por personas en Display Ads

- Remarketing.
- Audiencias en el mercado.
- Audiencias afines y afines personalizadas.
- Orientación demográfica.
- Anuncios gráficos.



Clase 22: Orientación por contenidos en Display Ads

- Orientación por posición.
- Orientación por temas.
- Orientación por palabras clave.
- Configuración de las tecnologías de orientación.
- Anuncios Lightbox y dinámicos.



Clase 23: Ofertas inteligentes y Conversiones

- ECPC y ECPM.
- Retorno de la inversión publicitaria (ROAS) objetivo.
- Seguimiento de conversiones de Google Ads
- Calcular el retorno de la inversión (ROI).



Clase 24: Planificación y optimización del rendimiento

- Planificador de rendimiento.
- Nivel de optimización.
- Planificador de cobertura.
- Planificador de palabras clave.
- Vista previa y diagnóstico de anuncio.



Clase 25: Introducción a Google Analytics

- Principales componentes (recolección, configuración, procesamiento y reportes).
- Estructura de Google Analytics (cuenta, propiedades y vistas).



Clase 26: : Interfaz de Google Analytics

- Funciones
- Dimensiones.
- Métricas.
- Controles.
- Filtros.
- Segmentos.



Clase 27: Informes de audiencia

- Informes de intereses y demográficos.
- Informes geográficos y de comportamiento.
- Informes de tecnología y de móvil.



Clase 28: Informes de adquisición

- Fuentes, canales y medios.
- Google Ads y remarketing



Clase 29: Informes de comportamiento y conversiones

- Métricas principales.
- Tipos de reportes.
- Objetivos.
- Eventos.



Clase 30: Informes personalizados y recopilación de datos.

- Modelos de atribución.
- Informes en tiempo real.
- Informes personalizados.
- Alertas inteligentes (Eventos de Intelligence).
- Recopilación de datos (protocolo de medición e importación de datos).



DIAS Y HORARIOS

T. Mañana: Lunes y miércoles de 09hs a 12hs

T. Noche: Lunes y miércoles de 19hs a 22hs



PREINSCRIPCIÓN

 **Online:** <https://sceu.frba.utn.edu.ar/>

 **4867-7500 int. 7653**

 **(+549) 11 2739 1206**



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES