



E-Commerce & Marketing Digital



Descripción General

La evolución de la tecnología ha transformado la manera en que las personas interactúan, el uso de las redes sociales, mensajería instantánea, aplicaciones móviles y el acceso a los smartphones como parte de nuestra vida diaria es ya una realidad.

Como profesionales debemos estar preparados para poder comunicarnos de manera efectiva en este nuevo entorno. Si queremos entregar el mensaje adecuado utilizando los medios digitales, tenemos que tener presente todas las recomendaciones y buenas prácticas para poder lograr la atención de los consumidores. En ese sentido, de nada nos sirve tener un millón de fans en Facebook si solo interactúan diez o veinte o de nada nos sirve tener la mejor página web o aplicación móvil si no tenemos visitantes o usuarios activos que la aprovechen.

De igual manera debemos entender cómo podemos aprovechar toda la información que dejan los consumidores cuando utilizan nuestros medios digitales y aprovechar este insumo para anticiparnos y entender su comportamiento para sorprenderlo con un mensaje oportuno, relevante y que sea enviado por el canal adecuado.

Este curso brindará los conocimientos necesarios para poder entender este entorno y conocer las recomendaciones y buenas prácticas para generar campañas digitales inteligentes que generen “engagement” con el cliente y por ende logremos nuestros objetivos.



Dirigido a

Este curso está dirigido a profesionales que quieren complementar los conocimientos de marketing tradicional y quieren aprender sobre las herramientas digitales. Igualmente, a todas las personas que quieran aprender sobre cómo las estrategias de marketing digital pueden ayudar con sus objetivos de venta y posicionamiento. Finalmente a cualquier persona que quiera actualizarse sobre las nuevas tendencias globales de Marketing Digital.



Objetivos de Aprendizaje

El presente curso tiene como propósito principal brindar al participante los conocimientos necesarios para tener una visión general del marketing digital, entender al nuevo consumidor digital para poder generar “engagement” en el desarrollo de sus campañas digitales.



Estructura y Contenidos

Sesiones 1 – 2

Introducción al e-Business, impacto estratégico de la Economía de la Información

- Internet cambia las reglas del juego - Introducción Conceptos básicos
- Blended Marketing vs Marketing 2.0
- El nuevo consumidor: Momento Cero de la verdad ZMOT – Consumer decision Journey – Consumidor Multiscreen
- Innovación en los negocios – Teoría de la Vaca Purpura
- Transformación digital - Enfoque en el consumidor
- Five Customers Networks Behaviors

<p>Sesiones 3 – 4</p>	<p>Introducción al Comercio Electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Introducción al Comercio Electrónico ● Componentes de los modelos de e-commerce: Creación de un Business Canvas ● Modelos de comercio B2C, B2B ● Modelos emergentes de e-commerce ● E-commerce y su impacto en la cadena de valor ● Conceptos y estrategias clave de negocios ● UX – Usabilidad ● Técnicas de usabilidad ● Omnicanalidad
<p>Sesiones 5 – 6</p>	<p>Web Analytics & Mobile Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ● AB Testing ● Construcción y desarrollo de un Web site ● Métricas Web ● Manejo de Big Data ● Plataformas de análisis de data <p>Mobile Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Conceptos, estadísticas de mercado y tendencias ● Micromomentos – como potenciarlos ● App nativa o web responsive ● Geolocalización- beacons
<p>Sesiones 7 – 8</p>	<p>La empresa y el Social Media Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Marketing en Redes Sociales ● Estrategia para la empresa en Redes Sociales ● Análisis de principales redes ● Escoger las Redes Sociales Adecuadas ● Revolución de las redes sociales ● Modelos de influencia ● Plataformas por rol y funcionalidad ● Reglas de participación para medios sociales ● Redes Sociales para marcas: Historia, Antecedentes & Golden Circle. ● Contenido Hero, Hub e Hygiene: Potencia + Volúmen
<p>Sesiones 9 – 10</p>	<p>Publicidad Digital</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Internet como medio de Comunicación ● Publicidad display ● Programática y re-marketing ● Principales esquemas de pago y contratación de publicidad digital ● Métricas de efectividad de campañas digitales ● Optimización de campañas y sitios web ● Content marketing ● Video y vitalización ● Email- marketing

<p>Sesiones 11 – 12</p>	<p>Marketing en Buscadores</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fundamentos de Search Engine Optimization (SEO) ● Características y obstáculos. Para el posicionamiento de una web en Google ● Mejores prácticas para el posicionamiento en buscadores ● Herramientas para generar contenidos SEO friendly ● Redacción para Digital, la importancia del content marketing Tags ● Search Engine Marketing (SEM) ● Implementación de campaña addwords
<p>Sesiones 13 - 14</p>	<p>La innovación como proceso de cambio</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Modelo de Negocio de la innovación ● El proceso Creativo ● Técnicas de generación de ideas : Design Thinking ● Apple: Think Different ● Taller Design Thinking
<p>Sesiones 15 – 16</p>	<p>Trabajo Aplicativo Final</p>



Expositor: Silvana Pacora Gonzales

La profesora Pacora es MBA de CENTRUM y de Maastricht School of Management, Holanda. Cuenta con una especialización Driving Digital and Social Strategy de Harvard Business School, Boston. Licenciada en Administración de Empresas, Universidad Mayor de San Marcos, Perú.

En relación a su experiencia profesional, se ha desempeñado como Gerente de Marketing & Performance de Lumingo & Comercio Xpress y como Sub Gerente de Proyectos Digitales en el Grupo El Comercio. Sub Gerente de Marketing de Ripley.com. Jefe Corporativo Digital Ventas en Belcorp – Casa Matriz. Cuenta con más de 13 años de experiencia en marketing 360. Especialista en Marketing Digital & E-commerce. Expositora en diversos eventos relacionados en temas de digital. Cuenta con experiencia docente en universidades del Perú, como son la UPC y CENTRUM

En relación con su producción intelectual, es co-autora de la publicación: “Planeamiento Estratégico del Sistema Educativo del Perú” (Editorial: CENTRUM).

Actualmente es Profesora en el Área Marketing e Innovación en CENTRUM Católica Graduate Business School.



Duración: 24 Horas



Día: Martes