

E-COMMERCE

Oportunidades y Estrategias



OBJETIVO

Aprender a plantear la estrategia de E-commerce, gestionar el catálogo de productos y precios, diseñar la logística y construir experiencias memorables para sus clientes bajo una estrategia de marketing.

PLAN TEMÁTICO



1. Introducción al marketing digital y comercio electrónico
2. Componentes del marketing digital y e-commerce
3. Estrategia digital
4. Estrategia en redes sociales
5. Marketing Max en el mundo digital
6. Monitoreo de redes sociales. Cómo leer los analytics, métricas, objetivos y su alineación con los key performance indicators.
7. Fundamentos de comercio electrónico
8. Comercio electrónico en Colombia.
9. Modelos de negocio de comercio electrónico.
10. Infraestructura de comercio electrónico y aspectos legales
11. Plataformas de comercio electrónico.
12. Posicionamiento orgánico y publicidad digital.
13. Datos y medición para comercio electrónico.



FECHAS Y HORARIOS

Jueves 26 y viernes 27 de agosto 1:00 p.m. a 6:00 p.m.
Jueves 2 y viernes 3 de septiembre 2:00 p.m. a 6:00 p.m.

DECIOCHO (18) horas académicas.

Transmisión por



Afiliados al día CCI:
No afiliados:

\$490.000 + IVA
\$590.000 + IVA

INVERSIÓN



DOCENTES

MARGARITA MOSQUERA TORRES

Diseñadora de Estrategias y Productos Fintech y Tech. Experiencia en desarrollo de plataformas estratégicas de marca, basadas en innovación tecnológica y desarrollo de experiencias del cliente. Apasionada por la creatividad, el marketing emocional, los procesos de cocreación y la negociación integrativa. Docente de Emotional Marketing Universidad Externado - UCL.

ANDRÉS PINZÓN

Diseñador Industrial de la Universidad Jorge Tadeo Lozano y Máster en Marketing Digital UDIMA. CEO de la firma especializada en marketing EXPANDIM. Experto en canales comerciales y comercio electrónico, a transformar ideas análogas en digitales, promoviendo procesos de comunicación para aumentar captura de clientes potenciales y ventas on-line.