



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

Diplomatura en eCommerce y Marketing Digital

Módulo: eCommerce & 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 eCommerce

- 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 eCommerce

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

Clase 7: Atención al Cliente en eCommerce

- 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 1: Instalación de WordPress

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

Clase 2: Templates y Landing Page

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

Clase 3: Tienda Online con WooCommerce

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

Clase 4: Redes Sociales y Google Service

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

Módulo: Marketing con Google Ads

Clase 1: 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 2: 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 3: 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 4: 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 5: Orientación por personas en Display Ads

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

Clase 6: 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 7: 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 8: 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 9: Introducción a Google Analytics

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

Clase 10: Interfaz de Google Analytics

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

Clase 11: Informes de audiencia

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

Clase 12: Informes de adquisición

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

Clase 13: Informes de comportamiento y conversiones

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

Clase 14: 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).