

## UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA

CENTRO DE INFORMÁTICA

### SÍLABO

#### I. Datos Generales

Curso Virtual	: E-COMMERCE
Duración del curso	: 07 sesiones
Material de trabajo	: Lecturas, ebooks,
Horario	: lunes, miércoles y viernes de 7 a 10pm

**Docente** : **CHRISTIAN SALDAÑA PAZ**

Fundador de una Agencia de Publicidad y Marketing Digital con el objetivo de brindar soluciones personalizadas a la pequeña y mediana empresa.

Profesional en Sistemas, Consultor de TI, con un diplomado de Gestión de Empresas, especializado en Business Intelligence, marketing digital, administración de redes de comunicaciones, y gestión de tecnologías de la información, he trabajado en empresas mineras y de servicios tecnológicos. Docente con más de 10 años de experiencia.

#### II. Descripción del curso

El curso permitirá a los alumnos lograr implementar una tienda online de principio a fin, de manera fácil y super amigable, planificaremos el proceso de implementación desde el registro de los productos, el proceso de compra y venta, las pasarelas de pago, y la correcta configuración de envío de los productos al cliente final.

Finalmente, para lograrás aumentar las visitas a la tienda online convirtiendo las visitas en leads desarrollaremos estrategias de marketing digital aplicado al E-Commerce, mediante los Funnel de conversión, posicionamiento web SEO y publicidad en Facebook e Instagram.

#### III. Contenidos





SESIÓN	CONTENIDO
Sesión 1	<p><b><u>Introducción al E-Commerce</u></b> Introducción al comercio electrónico Tendencias e-commerce a nivel mundial Comportamiento del consumidor OnLine en el mundo, Latinoamérica y Perú Metodología para la planificación de un sitio de e-commerce Tipos de ecommerce ¿Cuál se adapta a mi negocio? ¿Cuánto cuesta montar una tienda en línea? Elementos básicos de un ecommerce</p>
Sesión 2	<p><b><u>Plataforma Correcta Para Implementar una Tienda On Line</u></b> Plataformas B2C y B2B ¿Qué plataforma elegir para un determinado giro de negocios? Beneficios, ventajas y desventajas de la diferente plataforma vigente del mercado.</p>
Sesión 3 Sesión 4	<p><b><u>Creación de una Tienda Online</u></b> Cómo Usar Shopify Configuración de la Tienda Online Instalar una plantilla de pago o gratuita Configuración de Zonas de Envío e Impuestos Diseño de la Tienda Online Diseño de Plantilla Premium y Formas de Personalizar la Tienda</p>

	<p>Gestión de Productos: Añadir un Producto Sin Variables, Editar Variables, Crear y Ordenar Colecciones          Como Elegir Nombre de Marca y Comprar un Dominio          Configuración de Dominio Propio          Configuración de Reseñas de Productos          Cómo Usar Messenger, Whatsapp con Shopify          Cómo Crear un Email Corporativo Gratis          Gestión de Pedidos, Devoluciones y Cambios          Gestionar los Envíos (Courier)          Probar tu primera compra On Line</p>
<b>Sesión 5</b>	<p><b><u>Cobros y Pasarela de Pago</u></b>          Introducción: Obligaciones Fiscales de una Tienda Online          Cómo Aceptar Pagos (Shopify Payments y Otros Métodos de pago)</p>
<b>Sesión 6</b>	<p><b><u>Publicidad para e-Commerce</u></b>          Cómo Funciona la Publicidad          Configuración de BM, Facebook e Instagram Shopping y Cuenta Publicitaria          Pixel y Audiencias en e-Commerce          Cómo Crear Campañas de Publicidad en e-Commerce (completo)          Formas de Retargeting          Verificación de tu Tienda Online</p>
<b>Sesión 7</b>	<p><b><u>Analítica E-Commerce</u></b>          Como medir el e-commerce          Métricas y KPI's para e-commerce</p>

#### IV. Metodología

La metodología a seguir en el presente curso virtual incorpora características e-learning y el empleo de actividades activas y participativas.

Las actividades planteadas en el curso son:

	<b>Actividades de inducción (AI).</b> - Al iniciar el curso, se plantea la realización de un conjunto de actividades cuyo fin es promover la interacción entre los participantes y familiarizarlos con el uso de las herramientas del aula virtual que se usarán a lo largo del curso.
	<b>Documentos o guías en la Plataforma (PC).</b> – El docente colocará en la plataforma según se requiera documentos, guías u orientaciones al curso.
	<b>Evaluaciones en línea (EL).</b> - tiene por finalidad brindar al participante una herramienta semanal de evaluación con la cual pueda verificar sus aprendizajes e identificar los contenidos que necesite reforzar en cada unidad. Si así lo plantea el docente.
	<b>Sesiones Online (SO).</b> - Esta estrategia síncrona de aprendizaje presencial tiene por finalidad realizar sesiones de videoconferencias que faciliten las actividades procedimentales de prácticas que consoliden la enseñanza trabajada. Estas serán grabadas y los links serán especificados en la plataforma Moodle.

## V. Medios y materiales

El medio de comunicación y el desarrollo de actividades virtuales es el aula virtual del Centro de Informática, cuya dirección es: <http://campus.cinfounmsm.edu.pe/>

Para este curso se ha definido principalmente el uso de la plataforma de videoconferencia **ZOOM** el cual deberá ser descargado a su equipo mediante este link <http://zoom.us>. ZOOM es gratuito.

## VI. Sistema de evaluación y certificación

El sistema de evaluación cuantitativa se basa en lo siguiente:

Participación en las videoconferencias (PV)	<b>50%</b>
Promedio de Evaluaciones en línea (EL) ó trabajo final (TF)	<b>50%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Se otorgará el Certificado a Nombre de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos con 30 horas a los participantes que obtengan un promedio final mayor o igual a **13**.

## VII. Requisitos Técnicos

PC o laptop con acceso a Internet.