

Programa
Superior de

Comercio Electrónico

PSCE



*Crea y gestiona
con éxito una
tienda online*

El Programa Superior que te ayudará a **descubrir las claves** del negocio online

Dirigido a...

- **Empresarios y directivos de PYMES**
- **Emprendedores de e-commerce**
- **Profesionales del marketing, comunicación, publicidad y/o venta**
- **Responsables de comercio electrónico**
- **Responsables de e-marketing**
- **Profesionales de agencias y consultoras interactivas**

Objetivos



Desarrollar un **plan estratégico de comercio electrónico**



Crear e **implantar una tienda online**, identificando todos sus aspectos críticos



Aprender a **posicionar con éxito** la nueva web (SEO-SEM)



Integrar el **social commerce** y las redes sociales en la tienda online



Saber **gestionar la logística y atención al cliente** de la tienda online



Conocer los **medios de pago más relevantes** para facilitar la venta



Conocer todos los **aspectos legales y de seguridad** a tener en cuenta



Aprender a **crear y divulgar contenido** para potenciar el e-commerce

Aprende a vender a través de internet

No es lo mismo crear una web corporativa, que una destinada al e-commerce. Por eso hoy en día son necesarios profesionales especializados en planificar, crear y desarrollar una tienda online desde cero, o capaces de optimizar una tienda ya creada.

Con una duración de 3 meses e impartido por expertos digitales en activo, durante el PSCE abordarás la creación de una web 100%

centrada en el usuario y la venta. Desde la planificación y organización de los sistemas de información, hasta el marketing mix y la integración con dispositivos móviles.

Con una metodología basada en el aprendizaje práctico y la aplicabilidad real, al final del programa obtendrás una titulación oficial que te permitirá acumular créditos ICEMD para configurar tu propia formación a medida.



Escanea este código para ver el Testimonio del Director del Programa

El negocio del futuro va a tener un alto porcentaje de ventas online. Por eso el objetivo del PSCE es formarse en todas las áreas clave del comercio electrónico, desde la tecnología, el marketing o las ventas, a la logística, atención al cliente o análisis financiero. Una completa formación teórico-práctica impulsada por nuestro claustro de profesores, profesionales de alto nivel que están en contacto diario con la materia.

Jorge Juan Aguilar

Director del PSCE.
Consultor de Estrategia Digital

El profesorado de ICEMD, el Instituto de la Economía Digital de ESIC, está compuesto por más de 400 reputados profesionales en su ámbito, que trabajan y lideran día a día las disciplinas que imparten.

Algunos componentes del claustro del PSCE

Jorge Juan Aguilar	Consultor de Estrategia Digital
Carlos Otero	Chief Marketing Officer de Alotofus
Víctor Olmos	Director de Tecnología de Vinopremier.com
Javier Hernández	Responsable Web y Ecommerce en Vodafone España
Adrián Segovia	Director de Negocio de Digital AS
José Luis Ferrero	Senior Manager Ecommerce & Business en Development Philips
Mónica Díaz-Ponte	Founder de Digital Addiction
Almudena Miranda	Emprendedora y fundadora de TrainingYou (exgoogler)
Juan Carlos López	Director General de Inka Marketing Estratégico
Clara Soler	CEO de Social To Commerce
Susana Voces	Directora Comercial eBay en EMEA eBay Inc.
Francisco José Delgado	Director e-commerce en HP

Claustro sujeto a posibles modificaciones.

1 Plan estratégico de comercio electrónico

- Análisis de mercado y competencia
- Público objetivo al que me dirijo
- Marca y posicionamiento
- Proposición única de venta: qué ofrezco diferente o mejor que la competencia
- Portfolio de producto/servicios
- Política de precios
- Ámbito del servicio: nacional, internacional, etc.
- Paso de un negocio offline al e-commerce
- Marketing mix del e-commerce

2 Aspectos fundamentales de la implantación de una tienda online

- Cómo integrar la nueva tienda online con la tienda tradicional
- Recursos actuales para llevar a cabo: aspectos financieros
- La gestión de proveedores y pedidos
- Integración de marcas
- Oportunidades de integrar la tienda física y online en el proceso de venta
- Explorando las posibilidades de dominios: .com .net .org y los nuevos dominios de primer nivel
- KPIs fundamentales

3 Soluciones tecnológicas para crear una tienda online

- Soluciones existentes vs. desarrollo propio
- Cómo comparar las mejores soluciones
- Cómo elegir lo mejor para mi negocio, mis necesidades y limitaciones
- Aspectos a tener en cuenta en la implementación y mantenimiento
- Integración de pasarelas de pago y diferentes medios de pago

4 Las plataformas tecnológicas más relevantes

- Manejo de alguna de las plataformas líderes del mercado en e-commerce
- Magento
- Prestashop
- Otras soluciones e-commerce

5 Las claves para construir y medir una website de éxito en comercio electrónico

- Catálogo y contenidos: verificación, procesado, herramienta de catálogo
- Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end
- Gestión de puntos de abandono y entrada al site
- Técnicas para medición y reducción de las causas de abandono
- Flujos de caja y financiación
- Zonas calientes y zona de usuario
- Carrito de la compra
- Captación de tráfico cualificado
- La multipantalla

6 Cómo optimizar el carrito de compra en e-commerce

- Diseñando el carrito de la compra
- Diseñar un formulario de check out efectivo
- El registro
- Cómo aumentar el promedio del carrito de la compra: upselling, crossselling y behavioural marketing
- Recuperar carritos abandonados: causas de abandono y el remarketing

7 Analítica web: cómo medir y optimizar los procesos críticos de nuestra web

- Visión analítica web
- Indicadores claves de rendimiento
- Tipos de herramientas
- Google Analytics: segmentación avanzada

8 Search Engine Optimization (SEO): cómo optimizar el posicionamiento de tu web en buscadores de manera natural

- Herramientas de búsqueda
- Funcionamiento de los buscadores: indexado
- Optimización de páginas web
- Planificación y estrategia para un óptimo posicionamiento
- Posicionamiento en Google
- Posicionamiento en otros buscadores principales
- Evitar técnicas penalizadas por los buscadores
- Estudios sobre la posición en los resultados de búsquedas

9 El marketing de contenidos - contenido editorial asociado a mi marca

- Marketing de contenidos: sus aplicaciones directas y casos
- Objetivos y posibles beneficios del marketing de contenidos
- Cómo generar contenidos multiplataforma
- Tipos de contenidos que podemos crear en nuestra web que puedan crear valor y negocio: texto, gráficos, estadísticas e infografías, fotografía, vídeo y adaptación de textos offline a online
- ¿Qué recursos necesito para generar contenidos? ¿Recursos propios, subcontratación, mundo freelance?
- El multimercado: traducciones y público internacional en España

10 SEM -Search Engine Marketing- aplicado a comercio electrónico

- Marketing de buscadores: herramientas, métodos y conceptos
- Conversión de tráfico a tráfico cualificado
- La importancia de las landing pages
- Métricas de tráfico y conversión
- Gestión de proyectos SEM

11 Cómo crear emails que logren seducir y vender

- Usos y aplicaciones fundamentales del email marketing
- Permision marketing: el permiso y cómo conseguirlo
- Listas y bases de datos internas y externas "opt-in"
- Distintos formatos de emails y sus usos
- La integración del email marketing con la landing page
- Las herramientas de envío masivo y cómo utilizarlas
- Emailing multiplataforma
- Planificación, contratación y gestión de campañas de email marketing
- Cómo integrar el email marketing en el plan de contactos
- Análisis y medición de resultados fundamentales de email marketing

12 Social commerce: cómo integrar las redes sociales en mi tienda online

- El social commerce
- Webs de e-commerce vs. fan page
- Integración de mi tienda con la fan page
- Cómo integrar Twitter y otras redes sociales
- Social commerce on y off site
- Multicanalidad y la nueva experiencia de compra
- Soluciones disponibles en el mercado
- Métricas en social commerce

13 Advertising y Behavioral Targeting orientado a e-commerce

- Display en e-commerce: medios y formatos
- Técnicas para lograr "seducir" y hagan "clickthrough"
- La importancia de la landing page
- Retargeting para un e-commerce
- Actores en marketing de afiliación
- Diferentes modelos de campañas de afiliación según objetivos: PPC, PPL, PPS. Modelos mixtos
- Claves para el éxito de una campaña por resultados
- Principales métricas de affiliate marketing
- Behavioral targeting en e-commerce

14 Mobile commerce: m-commerce

- Cómo integrar el móvil en mi e-commerce
- Responsive vs. App
- Productos comercializables: servicios y aplicaciones
- Mobile social shopping
- Aplicaciones y tecnologías de m-commerce
- Métricas en mobile

15 La logística y atención al cliente como momento clave en la experiencia del cliente

- Responsabilidades que adquiero como tienda
- Principales soluciones logísticas en e-commerce para PYMES
- La repercusión del envío y devoluciones en el margen
- La atención al cliente: ¿Debo tener un teléfono específico? ¿O el mismo que ya tengo en mi negocio tradicional?
- Qué soluciones de call center hay si es que quisiera externalizar el servicio
- Situaciones de venta fuera en mercados especiales
- Información de seguimiento vía internet
- Atención al cliente en e-commerce

16 Medios de pago online

- Los principales problemas de los pagos online
- Introducción medios de pago online
- Tipos de formas de pago
- Ventajas e inconvenientes de las formas de pago
- Costes en la instalación de las formas de pago
- Mecanismos de seguridad en los medios de pago
- Introducción al comercio electrónico móvil
- Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil

17 E-commerce performance: Análisis financiero en comercio electrónico

- El plan de negocio como punto de partida de rendimiento económico
- La importancia del presupuesto: desde el budget al seguimiento de objetivos
- Cómo diseñar una buena estructura de costes e ingresos
- Cómo medir la rentabilidad y el rendimiento de mi tienda online
- Los KPIs que hay que controlar para gestionar un negocio online

19 El e-commerce como oportunidad de internacionalización de la compañía

- Experiencias y últimas tendencias internacionales en e-commerce
- Análisis de mercados internacionales
- Exportación e importación
- Situación del e-commerce internacional en España
- Experiencias de exportación de e-commerce sites españoles
- Cómo empezar a exportar

20 Nuevos modelos de negocio e-commerce y estrategia multichannel

- La integración de negocio de distribución tradicional con el e-commerce: vender de manera activa online sin poner en riesgo el grueso del negocio
- Nuevos modelos de negocio: couponing, clubs privados de venta, ofertivos 24 horas y agregadores horizontales/verticales
- Micronichos
- Modelos de negocio de los e-marketplaces: el caso de eBay y Rakuten
- Modelos de suscripción en e-commerce
- Últimas tendencias que afectan a los modelos de negocio: gamificación de la experiencia de usuario y la integración del consumidor en la cadena de valor del e-commerce: e-crowdsourcing

21 Aspectos jurídico-prácticos en comercio electrónico

- Normativa aplicable en materia de publicidad en el ámbito estatal
- Implicaciones legales del comercio local e internacional en comercio electrónico
- Responsabilidades legales en comercio electrónico
- Responsabilidades subsidiarias en la subcontratación de fases de la cadena de valor
- Implicaciones legales en la comunicación de características y precios

Cómo se estudia en ICEMD



Aula Virtual

Plataforma online para comunicarse con profesores y compañeros, acceder a documentación y recursos (vídeos, e-books, bibliografía, links, etc.), y reunirse de forma virtual gracias a nuestra herramienta web conference.



Sesiones de valor añadido

Durante el programa los alumnos tendrán acceso a masterclasses, encuentros de emprendedores ICEMD, jornadas profesionales...



Proyecto de marca real

Durante el programa los alumnos realizarán en grupo un proyecto basado en un caso real, que se presentará ante un tribunal.



Documentación de estudio

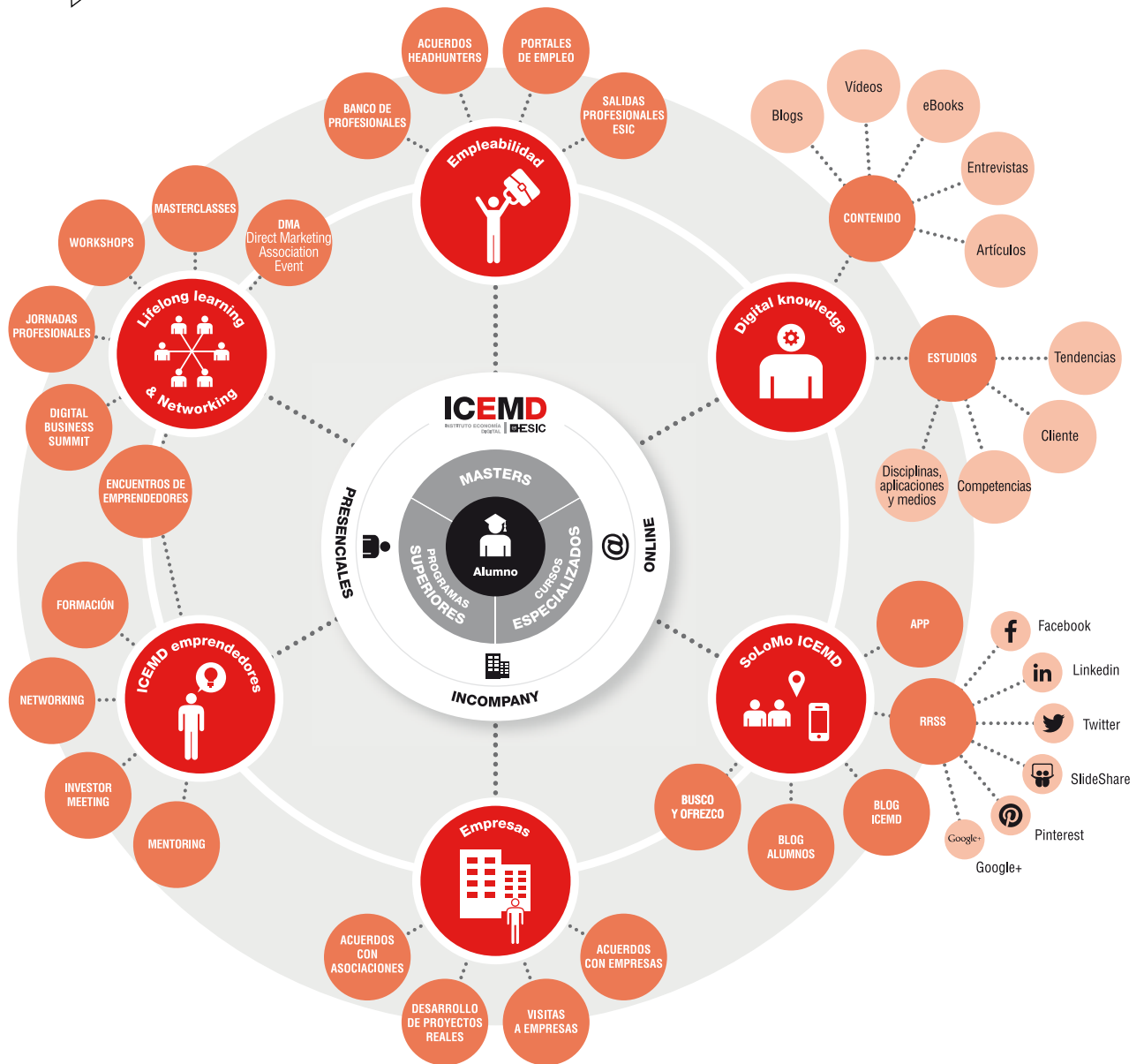
Cada sesión tendrá sus propios e-books a disposición del asistente, con documentación detallada sobre las distintas materias planteadas durante el mismo.

Duración
120 horas

Lugar
ICEMD - ESIC

Titulación
Diploma Programa Superior de Comercio Electrónico

Ecosistema ICEMD



20 años impartiendo formación en las disciplinas de la Economía Digital



Banco de Profesionales: **+ de 4.500** miembros



+ de 7.500 alumnos formados en marketing relacional, directo y digital



+ de 500 reputados profesionales en su ámbito componen el profesorado



Empleabilidad

La plataforma del Banco de Profesionales garantiza una conexión constante entre los más de **4.500 miembros** que la integran (alumnos y ex alumnos) y las **organizaciones** que demandan perfiles profesionales especializados en las disciplinas de la Economía Digital.



Lifelong learning & Networking

Formación continua y networking a través múltiples actividades que contribuyen al **desarrollo profesional y competitivo** de actuales y futuros profesionales de la Economía Digital.



Digital knowledge

Dónde y cuándo quieras. El **contenido** más relevante, los **estudios** y las **últimas tendencias** de la Economía Digital en múltiples soportes.



ICEMD emprendedores

El Instituto ofrece apoyo al **emprendimiento empresarial** promoviendo e impulsando **actividades específicas** dirigidas a perfiles de emprendedores dentro del marco de la Economía Digital.



SoLoMo ICEMD

Cada día más **Social, Local y Móvil**. Compromiso del Instituto con los miembros de la comunidad ICEMD.



Empresas

Integración del mundo empresarial en la formación y experiencia del alumno. Desarrollo de proyectos reales en nuestros programas, con la implicación directa de las principales empresas de cada sector.

ESIC

MADRID

902 918 912
admisiones@icemd.com

BARCELONA

93 414 44 44
info@ismarketing.com

VALENCIA

96 339 02 31
info.valencia@esic.edu

NAVARRA

948 29 01 55
info.pamplona@esic.edu

ZARAGOZA

976 35 07 14
info.zaragoza@esic.edu

SEVILLA

95 446 00 03
info.sevilla@esic.edu

BILBAO

94 470 24 86
formacion@camarabilbao.com

MÁLAGA

95 202 03 69
info.malaga@esic.edu

GRANADA

958 22 29 14
master@esgerencia.com

icemd



Esic

@icemd



@EsicEducation

linkd.in/ICEMD



tinyurl.com/ESIC-Linkedin

CanalICEMD



ESICmarketing

icemd



ICEMD



+EsicEs



esiceducation

www.esic.edu
www.icemd.com

ICEMD
INSTITUTO ECONOMÍA
DIGITAL | **ESIC**

ESIC
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

REGÍSTRATE EN ICEMD



Condiciones y promociones especiales en programas de formación.



Lifelong learning & Networking.



Acceso a más de 200 artículos, entrevistas, casos...