

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: El eCommerce como Producto Digital

Duración: 60h

Modalidad: Online

Objetivo

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá los aspectos importantes del producto digital en un eCommerce, abarcando aspectos como el diseño del eCommerce y los distintos canales de Marketing, así como las técnicas y principios de User Experience (UX) y Conversion Rate Optimization (CRO).

Contenido

Unidad 1 - CMS y plataformas de pago

0. Prólogo

1. Sistema de Gestión del Contenido (CMS).

1.1. Criterios de selección.

1.2. Instalables.

1.3. SaaS.

1.4. Shopify.

1.5. A medida.

1.6. Módulos.

2. Plataforma de pagos.

2.1. TPV.

2.2. PayPal.

2.3. Contrarrembolso.

2.4. Transferencia bancaria o ingreso en cuenta.

2.5. Otras.

2.6. Soluciones generalistas.

Unidad 2 - El Diseño en un eCommerce.

1. Definición de identidad digital.

2. Puntos que abarca la identidad digital de un eCommerce.

2.1. Imagen corporativa.

2.2. Diseño web/Look&Feel.

2.3. Comunicación.

3. Importancia de la identidad digital.

4. Recomendaciones.

Unidad 3 - Marketing para eCommerce.

1. Introducción.

2. Canales.

2.1. Online. . Owned media. . Paid media. . Earned media.

2.2. Offline.

- 2.3. Orgánica vs Pagada.
- 3. Importancia de los canales de marketing.
- 4. Recomendaciones.
- 5. Producto.

Unidad 4 - User Experience (UX) en eCommerce.

- 1. Definición.
 - 1.1. Influencia de la UX en el eCommerce.
- 2. El diseño persuasivo.
 - 2.1. Planificación.
 - 2.2. Estructura.
 - 2.3. Flujos.
 - 2.4. Visualización y Experiencia.
 - 2.5. Conversión.
- 3. Técnicas.
 - 3.1. Investigación de mercado y producto digital.
 - 3.2. Investigación de usuarios. .Técnicas.
- 4. Diseño del producto digital.
 - 4.1. Implementación.
 - 4.2. Lanzamiento.
- 5. mportancia.

Unidad 5 - Conversion Rate Optmization (CRO) en el eCommerce.

- 1. Definición.
 - 1.1. Recomendaciones.
- 2. Técnicas y herramientas.
 - 2.1. Matriz de tipos de usuarios.
 - 2.2. A/B Testing.
 - 2.3. Heatmaps.
 - 2.4. Grabaciones.
 - 2.5. Herramientas tácticas de Optimización.
 - 2.6. Personalización.
- 3. Importancia