



PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN

COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING DIGITAL

SÉPTIMA EDICIÓN

FICHA TÉCNICA

Sesiones	:	32 Sesiones de 4 horas c/u
Duración total	:	128 horas en 4 meses
Frecuencia	:	Martes y Jueves
Horario	:	De 6:30pm a 10:30pm
Modalidad	:	PRESENCIAL

¿A QUIÉNES VA DIRIGIDO?	BENEFICIOS EXCLUSIVOS
<p>EJECUTIVOS DE MARKETING Y NEGOCIOS.- En un mundo cada vez más digitalizado, en donde los DATOS son el nuevo recurso natural del futuro y LAS IDEAS la nueva moneda en la era digital, te ayudaremos a comprender el poder de Internet para los negocios, integrando el comercio electrónico y la innovación en tus estrategias.</p> <p>EMPRENDEDORES Y EMPRESARIOS.- Lo aprendido en este curso lo podrás aplicar a cualquier negocio, sin importar su tamaño o público objetivo, con un enfoque innovador que combina las mejores estrategias digitales para llegar al consumidor Online.</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ ¡LA YA RECONOCIDA CALIDAD DE NUESTROS PROFESORES!.- Te rodearás de los mejores profesionales del sector digital quienes compartirán contigo lo que hacen en su día a día, los problemas a los que se enfrentan, sus soluciones, las herramientas con las que trabajan, para que lo apliques de inmediato en tu empresa.▪ Exclusivo programa de mentoring para ayudarte a poner en marcha tu proyecto Ecommerce y/o conocimientos claves para empezar una exitosa carrera como Consultor Ebusiness.▪ Preparación para la certificación de GOOGLE ADWORDS™▪ Registro en exclusiva Bolsa de trabajo de la Cámara Peruana de Comercio Electrónico®, viralizado a todo el ecosistema digital.



¿QUÉ VAS A APRENDER?

MÓDULO 1: TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DESARROLLO DE NUEVOS NEGOCIOS

SESIÓN 1

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LOS NEGOCIOS - TENDENCIAS AL 2019

MENTOR: Helmut Caceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

Tema 1 Entendiendo al consumidor Online peruano

Tema 2 Comercio electrónico y cómo generar Confianza Online

Tema 3 Diccionario Ecommerce: Indicadores de gestión que le deben importar a un Gerente

Tema 4 Tendencias: Economía colaborativa y Organizaciones Exponenciales

Tema 5 Desafío 1: Tienes 90 segundos para exponer tu idea de negocio y armar tu equipo de trabajo.

SESIÓN 2

INTRODUCCIÓN AL DESIGN THINKING Y CULTURA DE INNOVACIÓN

MENTOR: Helmut Caceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

Tema 1 Fundamentos y principios de la Metodología Design Thinking

Tema 2 Desafío 2: Construye el árbol de problema de tu proyecto (Desarrolla mentalidad Problema/Solución)

Tema 3 Técnicas de investigación para la empatía

Tema 4 Desafío 3: Realiza una entrevista a profundidad a un posible cliente potencial.

SESIÓN 3

INMERSIÓN: EL ARTE DE ENTENDER A QUE NOS ENFRENTAMOS

MENTOR: Helmut Caceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

Tema 1 ¿Qué es la empatía?: El mapa de empatía

Tema 2 Desafío 4: Define el “Buyer persona” de tu proyecto.

Tema 3 Construyendo el “Customer journey map” (Mapa del Viaje del cliente)

Tema 4 Desafío 5: Identifica el verdadero problema a resolver y el insight

SESIÓN 4

IDEACIÓN: ENFOQUES CREATIVOS PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

MENTOR: Helmut Caceda | CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico®

Tema 1 Definición de la “Propuesta irresistible” y cómo comunicarla correctamente en el canal Online

Tema 2 Construyendo el “Value Proposition Canvas”

Tema 3 Desafío final: Presentación grupal justificando tu oferta de valor y cómo la has construido.



MÓDULO 2: DISEÑANDO LA EXPERIENCIA DEL USUARIO (UX)

SESIÓN 5

FUNDAMENTOS DE UX

MENTOR: Percy Negrete | Director UX / Research Attachmedia

- Tema 1** A qué llamamos UX
- Tema 2**Cuál es el rol del Design Thinking en la UX
- Tema 3** Casos reales y locales de proyectos UX
- Tema 4** Desafío 1: Análisis e identificación de objetivos de negocio Vs Usuarios
Objetivos

SESIÓN 6

CREANDO NUESTRO PRIMER PROTOTIPO (MVP)

MENTOR: Percy Negrete | Director UX / Research Attachmedia

- Tema 1** Porque investigamos a los usuarios
- Tema 2** Desafío 2: Construcción de arquetipo del perfil principal
- Tema 3** Que son los prototipos y para qué sirven
- Tema 4** Casos reales de prototipos navegables (caso e-commerce)
- Tema 5** Zonas de contenido y zonas funcionales
- Tema 6** Desafío 3: Realizar un prototipo colaborativo en 20 minutos

SESIÓN 7

PRUEBAS Y VALIDACIÓN

MENTOR: Percy Negrete | Director UX / Research Attachmedia

- Tema 1** Qué son los user testing y para qué sirven.
- Tema 2** Casos reales locales de user testing.
- Tema 3** Desafío 4: ¡Hora de validar tu prototipo!
- Tema 4** Desafío Final: Presentación grupal de la Web/App validada.

SESIÓN 8

DE START-UP A SCALE-UP: ¿CÓMO ESCALAR UN NEGOCIO A NIVEL GLOBAL?

MENTOR: Diego Castro | Country manager DESPEGAR.COM

- Tema 1** Caso de estudio: Despegar.com, La estrategia detrás de la marca
- Tema 2** ¿Qué tengo que cambiar para acelerar la internacionalización de mi negocio?
- Tema 3** Los indicadores claves de gestión que le deben importar a un gerente y como medirlos
- Tema 4** Gestión Financiera para empresas del sector digital.



MÓDULO 3: MODELOS DE NEGOCIO Y ESTRATEGIAS LEGALES PARA COMERCIO ELECTRÓNICO

SESIÓN 9

ESTRATEGIAS PARA LANZAR MI PROYECTO ECOMMERCE

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Sales OLX

- Tema 1** La propuesta de valor: Diseñando una estrategia diferenciadora
- Tema 2** Planificando el lanzamiento: Do's and Don'ts
- Tema 3** Casos de Estudio: Mi experiencia en Groupon, Hello Food, Easy Taxi, Olx.
- Tema 4** Sesión de Pitching

SESIÓN 10

B2C ECOMMERCE MARKETING CONCEPTS

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Sales OLX

- Tema 1** Ecommerce: Tipos de Ecommerce y modelos de negocio más conocidos.
- Tema 2** Análisis de plataformas de Ecommerce disponibles en el mercado.
- Tema 3** Etapas de navegación en una tienda Online
- Tema 4** Plataformas de pago disponibles y Proceso de e-fulfillment
- Tema 5** Aspectos legales en el comercio electrónico

SESIÓN 11

ESTRATEGIAS Y MODELOS DE NEGOCIOS EN M-COMMERCE Y APPS

MENTOR: Fernando Cruz | Head of Sales OLX

- Tema 1** La importancia del m-marketing
- Tema 2** Definición de la estrategia mobile
- Tema 3** Canales mobile: Anunciando en Facebook y Google (Mobile App Ads) (Configuración del App, Diseño del anuncio, Targeting, Presupuesto y Lanzamiento)
- Tema 4** Medición y optimización de la campaña

SESIÓN 12

ASPECTOS LEGALES EN INTERNET: PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ENTORNO DIGITAL

MENTOR: Fátima Toche Vega | Especialista en Derecho TI

- Tema 1** Marcas versus nombres de dominio
- Tema 2** Contenidos Digitales: Protección de Derechos de Autor en Internet
- Tema 3** Industrias Culturales: Problemática y protección jurídica de Música, Audio y Video por Internet.
- Tema 4** Mecanismos alternativos de licenciamiento: CreativeCommons, SafeCreative. Blogs.
- Tema 5** Elaboración de políticas de protección de datos personales para emprendimientos digitales



MÓDULO 4: OPERATIVIDAD ECOMMERCE: MEDIOS DE PAGO, FRAUDE Y CANALES LOGÍSTICOS

SESIÓN 13

ANÁLISIS DEL ECOSISTEMA DE MEDIOS DE PAGO ONLINE EN PERÚ
MENTOR: Orazio Parodi | Managing Partner WSI Dinamica Digital

- Tema 1** Visión general: Medios de pago 101
- Tema 2** ¿Cómo funcionan los pagos Online?
- Tema 3** Tarjetas, redes y demás.
- Tema 4** Tendencias 2018: Billeteras móviles y pagos P2P

SESIÓN 14

TECNOLOGÍAS RECOMENDADAS PARA CREAR UNA TIENDA VIRTUAL
MENTOR: Amparo Nalvarte | CEO Fundadora CULQI.COM

- Tema 1** ¿Cómo planificar un sitio Web de Confianza?
- Tema 2** Tecnologías recomendadas para empezar a vender Online
- Tema 3** Integraciones y kits de herramientas
- Tema 4** Mejores prácticas para gestionar una tienda virtual

SESIÓN 15

OPERATIVIDAD LOGÍSTICA PARA COMERCIO ELECTRÓNICO
MENTOR: Miguel Duranteau | CEO Fundador URBANER.PE

- Tema 1** Cambios en la cadena de suministro con la llegada de Internet
- Tema 2** Identificación y definición de procesos logísticos.

- Tema 3** Almacén y stock en el Ecommerce
- Tema 4** Infraestructura logística y tipos de transporte
- Tema 5** Costos y tarifas del transporte de mercancías según tipo de transporte

SESIÓN 16

HERRAMIENTAS DE GESTIÓN PARA LA OPERATIVIDAD LOGÍSTICA
MENTOR: Miguel Duranteau | CEO Fundador URBANER.PE

- Tema 1** Estrategia logística: La Supply Chain y sus principios de gestión
- Tema 2** Técnicas para la optimización de la gestión de stocks
- Tema 3** Indicadores de la gestión del transporte y el almacenamiento
- Tema 4** Sistemas informáticos y tecnologías para la trazabilidad de mercancías
- Tema 5** Fidelización y retención: CAC y LTV (Lifetimevalue)



MÓDULO 5: EL PLAN DE INVERSIÓN EN MEDIOS ONLINE

SESIÓN 17

MODELOS DE INVERSIÓN EN MEDIOS ONLINE

MENTOR: Alexis Reategui | Country Manager DIGILANT

- Tema 1** Ecosistema de medios digitales
- Tema 2** De la compra de medios a la compra de audiencias
- Tema 3** Modelos de compra (CPM, CPC, CPL, CPA)
- Tema 4** Taller de matemáticas en publicidad digital

SESIÓN 18

PLANIFICACIÓN Y DISEÑO DE PLAN DE MEDIOS ONLINE

MENTOR: Alexis Reategui | Country Manager DIGILANT

- Tema 1** El brief publicitario
- Tema 2** Definiendo las variables básicas de una planificación de medios Online
- Tema 3** Selección de medios y tácticas
- Tema 4** Taller de planificación de medios Online

SESIÓN 19

ESTRATEGIAS PARA DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING PODEROSA

MENTOR: Jonathan Montoya | Country Manager EMBLUEMAIL.COM

- Tema 1** Necesidad del Email Marketing en la Estrategia digital.
- Tema 2** Segmentación de contactos por grupos de interés.
- Tema 3** Buenas prácticas email Marketing. Deliverability
- Tema 4** Taller de creación de una campaña Online de email marketing

SESIÓN 20

ESTRATEGIAS Y MODELOS DE NEGOCIO PARA MÓVILES Y APPS

MENTOR: Juan José Duffoo | Director comercial CINEPLANET

- Tema 1** El negocio del Cine y entretenimiento en el Perú
- Tema 2** Investigar para innovar
- Tema 3** Estrategias de desarrollo de producto
- Tema 4** Estrategias en el canal móvil



MÓDULO 6: ANALÍTICA DIGITAL: CÓMO MEDIR Y ANALIZAR LOS RESULTADOS DE TU SITIO WEB

SESIÓN 21

INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA DIGITAL

MENTOR: Oscar Saldaña | Jefe de Canales Digitales de FRECUENCIA LATINA

- Tema 1** ¿Qué es y para qué sirve?
- Tema 2** Ecosistema de Analítica Digital: del Clicstream a los insights
- Tema 3** Herramientas de analítica digital
- Tema 4** Métricas y KPIs
- Tema 5** Elaboración de Dashboards (Cuadro de mando)

SESIÓN 22

CONFIGURACIÓN DE GOOGLE ANALYTICS

MENTOR: Oscar Saldaña | Jefe de Canales Digitales de FRECUENCIA LATINA

- Tema 1** Creación y configuración de una cuenta de Google Analytics
- Tema 2** Configuración de perfiles y vistas
- Tema 3** Configuración de Objetivos y Funnels
- Tema 4** Análisis de Audiencia, Adquisición y Comportamiento

SESIÓN 23

ANÁLISIS UTILIZANDO GOOGLE ANALYTICS

MENTOR: Oscar Saldaña | Jefe de Canales Digitales de FRECUENCIA LATINA

- Tema 1** Segmentación
- Tema 2** Análisis práctico de casos
- Tema 3** Identificación de Insights y Análisis de compras
- Tema 4** Modelo de Atribuciones
- Tema 5** Rutas de conversión principales.

SESIÓN 24

TALLER: ESTRATEGIAS PARA CONTRATAR Y FIDELIZAR A UN BUEN PROGRAMADOR

MENTOR: Alvaro Concha | CEO Fundador HACK SPACE

- Tema 1** Entendiendo el Ecosistema de Developers y Makers en el País
- Tema 2** Capacidades técnicas vs. requerimientos del proyecto
- Tema 3** Tipos de plataformas tecnológicas para Ecommerce
- Tema 4** ¿Cómo cotizar un proyecto Ecommerce para Web?
- Tema 5** ¿Cómo cotizar un proyecto mobile? (¿Android o IOS?)
- Tema 6** Sesión de Pitching y Networking con developers



MÓDULO 7: PERFORMANCE MARKETING: OPTIMIZACIÓN DEL FUNNEL DE VENTAS

SESIÓN 25

C.R.O.: "CONVERSION RATE OPTIMIZATION" PARA ECOMMERCE

MENTOR: Miguel Salazar | Lead Project Manager ATTACHMEDIA

Tema 1 Introducción al C.R.O.

Tema 2 Casos de éxito y mejores prácticas

Tema 3 Configuración de Google Optimize

Tema 4 Elaborando Hipótesis y Primer test

Tema 5 Estrategia CRO

SESIÓN 26

OPTIMIZANDO CADA ETAPA DEL FUNNEL DE VENTAS

MENTOR: Miguel Salazar | Lead Project Manager ATTACHMEDIA

Tema 1 Manejo de proyectos CRO (Equipo + Skills + Estrategia)

Tema 2 Testing eCommerce, Producto, Categoría, Checkout

Tema 3 CRO en Landing Pages y Formularios

Tema 4 Análtycs para CRO

Tema 5 Presentación de resultados

SESIÓN 27

MI PRIMERA CAMPAÑA CON FACEBOOK ADS

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliú | Head of Performance de MINDSHARE

Tema 1 Configuración de la Cuenta Publicitaria en Facebook

Tema 2 Reconocimiento de activos digitales y objetivos de negocio (Campaña de Branding, conversión e interacción).

Tema 3 Tipos de Públicos: Guardados, Personalizados, Similares (Look Alike)

Tema 4 Creación de público guardado adecuado a tu negocio

Tema 5 Creación de campaña de interacciones con público guardado

Tema 6 Creación de campaña de "Generación de clientes potenciales" (Lead Ads).

SESIÓN 28

OPTIMIZACIÓN DE CAMPAÑA PARA MEJORAR RESULTADOS

MENTOR: Juan Ramón Sanfeliú | Head of Performance de MINDSHARE

Tema 1 Relevance Score y optimización de una campaña

Tema 2 Creación de Público Personalizado con lista de clientes

Tema 3 Creación de Público Personalizado de interacciones de la Fanpage

Tema 4 Creación de Público Personalizado Similar (Look Alike)

Tema 5 Píxel de Facebook y Facebook Pixel Helper para Google Chrome

Tema 6 Formatos de campañas y mejores prácticas de publicación en Facebook

MÓDULO 8: TALLER DE CERTIFICACION DE GOOGLE ADWORDS™**SESIÓN 29**

INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADWORDS Y CAMPAÑAS DE BÚSQUEDA

MENTOR: Juan Ramón Vera | Consultor y Trainer en Google Adwords

- Tema 1** ¿Qué es Adwords y cómo aplicarlo a nuestro negocio?
- Tema 2** Concepto de subasta y Configuración de campañas
- Tema 3** Anuncios e Inserción dinámica de palabras clave (DKI).
- Tema 4** Mejoras para lograr Performance

SESIÓN 30

CREACIÓN DE CAMPAÑAS DE ANUNCIOS GRÁFICOS: LA RED DE DISPLAY

MENTOR: Juan Ramón Vera | Consultor y Trainer en Google Adwords

- Tema 1** Red de Display y cómo aplicarlo a nuestro negocio
- Tema 2** Tipos de formatos y cuándo usarlos: Banner estándar, Lightbox, Dinámico, Gmail Ads
- Tema 3** Creación de listas y de campañas de Remarketing.
- Tema 4** Remarketing dinámico.

SESIÓN 31

YOUTUBE: ADWORDS PARA VIDEO

MENTOR: Juan Ramón Vera | Consultor y Trainer en Google Adwords

- Tema 1** Ventajas de usar YOUTUBE: La Segunda red de búsqueda más grande
- Tema 2** Configuración de campaña de anuncios de video Instream
- Tema 3** Campañas de Video Discovery
- Tema 4** Configuraciones avanzadas y Listas de Remarketing

SESIÓN 32

EXAMEN DE CERTIFICACIÓN GOOGLE ADWORDS™

MENTOR: Juan Ramón Vera | Consultor y Trainer en Google Adwords

- Tema 1** Repaso general
- Tema 2** Examen para obtener la certificación (120')

PRESENTACIÓN DE PROYECTOS FINALES

El proyecto final es la puesta en práctica de todos los conocimientos teóricos aprendidos durante el programa, aplicados a una iniciativa de e-commerce real, que gracias a nuestro selecto staff de mentores tendrás las herramientas para hacerlo crecer en el mercado.

Una vez finalizado se presentará ante el jurado de mentores de [HTTP://WWW.DOJOSTARTUP.COM](http://www.dojostartup.com), quienes elegirán los mejores proyectos y darán consejos para convertirlo en un negocio rentable y escalable.