



Programa Superior Universitario en Especialista en Comercio Electrónico

Diseña, gestiona y optimiza proyectos de eCommerce en un entorno altamente competitivo y en constante transformación.

Adquiere una visión completa del ecosistema eCommerce, desarrolla capacidades avanzadas en gestión de plataformas, conversión, automatización y logística digital, y fomenta un perfil profesional especializado, actualizado y alineado con las necesidades reales del mercado.

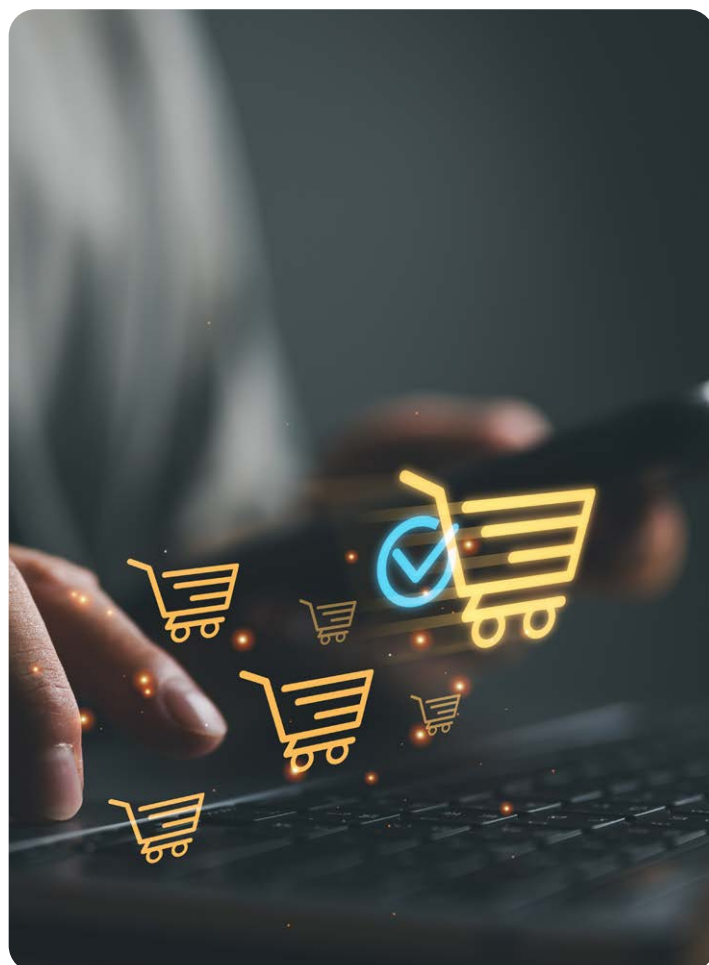
Perfil recomendado

- Profesionales de la comunicación y el marketing en cualquiera de sus especializaciones, que deseen profundizar en las competencias técnicas, analíticas y operativas necesarias para impulsar negocios digitales, mejorar su rendimiento y garantizar una experiencia de compra integral orientada al usuario.

Qué aprenderás

Al finalizar este programa, serás capaz de:

- Analizar y comparar distintos modelos de negocio digitales, identificando sus características, ventajas y formas de monetización para seleccionar la opción más viable según el contexto empresarial.
 - Diseñar estrategias competitivas eficaces para entornos de comercio electrónico, aplicando herramientas de análisis y modelos de creación de valor.
 - Elaborar propuestas de valor sólidas utilizando metodologías como el Value Proposition Canvas, garantizando su alineación con las necesidades del cliente y la estrategia global del negocio.
 - Evaluar los requerimientos tecnológicos de un proyecto de eCommerce, seleccionando dominios, hosting y plataformas adecuados en función de sus prestaciones y escalabilidad.
 - Diseñar y estructurar catálogos de productos digitales aplicando criterios de usabilidad, experiencia de usuario y optimización del proceso de compra.
 - Identificar los principales sistemas de pago y protocolos de seguridad, implementando medidas de protección y prevención del fraude para garantizar transacciones confiables.
 - Interpretar el comportamiento del consumidor online y aplicar técnicas de segmentación y behavioral targeting para personalizar la experiencia digital.
 - Desarrollar estrategias de atención y fidelización del cliente que integren múltiples puntos de contacto, asegurando un servicio eficaz y coherente en todos los canales.
- Diseñar planes omnicanales que optimicen el recorrido del cliente, utilizando métricas adecuadas para evaluar el impacto en la satisfacción y la conversión.
 - Analizar los distintos modelos logísticos del comercio electrónico y evaluar sus implicaciones en costes, eficiencia y experiencia del cliente.
 - Gestionar de forma eficaz los procesos de preparación, procesamiento y seguimiento de pedidos, garantizando precisión, rapidez y trazabilidad.
 - Evaluar el funcionamiento de los marketplaces, optimizando el posicionamiento y la estrategia de venta para maximizar el rendimiento y la visibilidad de los productos.



Programa (12 ECTS)

Bloque 1

Estrategia de negocio para eCommerce

Tema 1. Modelo de negocio, estrategia y ventaja competitiva

- Tipos de modelos de negocio
- Formas de monetización
- Estrategia y ventaja competitiva en comercio electrónico
- Modelo de negocio para generar valor
- Lienzo de la propuesta de valor
- Características de las grandes propuestas de valor
- Creando un lienzo de propuesta de valor

Bloque 2

Arquitectura tecnológica y gestión del catálogo

Tema 2. Infraestructuras tecnológicas para el comercio electrónico

- Requerimientos de la tecnología para el comercio electrónico
- El dominio
- El hosting
- Tipos de plataformas de comercio electrónico
- Soluciones tecnológicas de comercio electrónico

Tema 3. Diseño y gestión de catálogos virtuales

- Concepto de diseño
- El catálogo de producto
- Gestión de la cesta online y checkout

Tema 4. Sistemas de pago y de seguridad

- Medios de pago en comercio electrónico
- La seguridad en los pagos
- Fraude en comercio electrónico

- Medidas de protección
- Detección y actuación frente a las compras fraudulentas
- Mejora de la confianza de los clientes

Bloque 3

Gestión del cliente: atención, fidelización y omnicanalidad

Tema 5. Comportamiento del consumidor online

- El comportamiento del consumidor online
- Factores que explican el comportamiento del consumidor online
- El proceso de behavioral targeting

Tema 6. Atención al cliente en e-tailers

- El nuevo perfil de cliente digital
- Las claves de la atención al cliente en e-tailers
- Optimización del servicio de atención al cliente en e-tailers
- Gestión de incidencias en e-tailers

Tema 7. Plan de fidelización en comercio electrónico

- Las claves de la fidelización online
- Estrategia de fidelización en comercio electrónico
- Etapas del ciclo de relación con el cliente
- Acciones para retener y desarrollar clientes
- Elementos estructurales de un plan de fidelización eficaz

Tema 8. Integración de canales y omnicanalidad

- Definición y evolución de la omnicanalidad
- El proceso de compra omnicanal
- Omnicanalidad en atención al cliente
- Métricas de la estrategia omnicanal

Bloque 4

Logística, operaciones y marketplaces

Tema 9. Características logísticas del comercio electrónico

- Modelos de distribución y modelos de logística en comercio electrónico
- Puntos de entrega y recogida
- Costes de la logística en comercio electrónico

Tema 10. Preparación y seguimiento de pedidos en el comercio electrónico

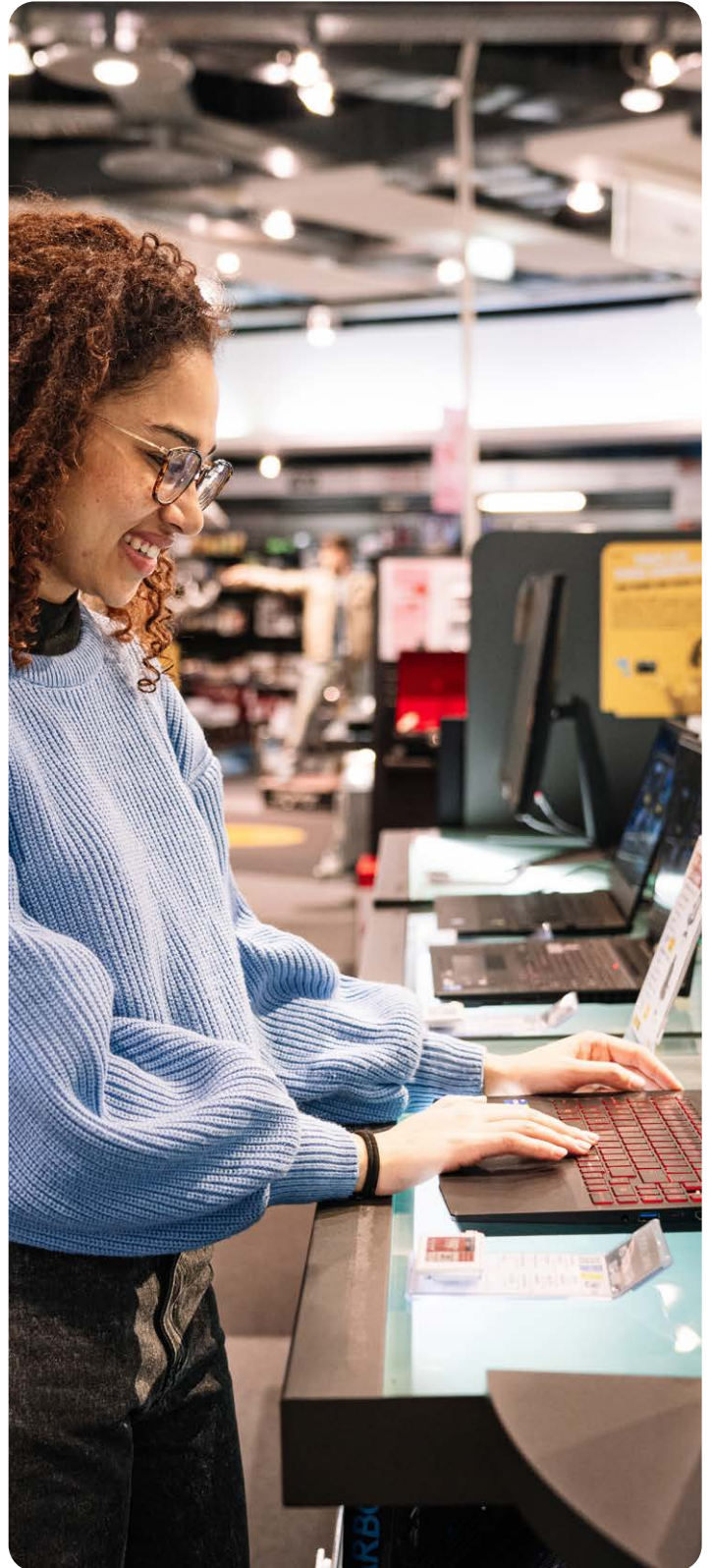
- Sistemas de almacenaje
- Planificación de la recogida de pedidos en los almacenes
- Mecanismos de sincronización de pedidos por parte de la empresa
- Sistemas de procesamiento de pedidos
- Seguimiento de pedidos

Tema 11. La última milla

- Concepto y dimensiones de la última milla
- Agentes de la última milla
- Problemas y soluciones para la última milla
- Sistemas de identificación
- Sistemas de localización

Tema 12. Marketplaces

- ¿Qué es un Marketplace?
- Tipos de marketplaces
- Ventajas y desventajas de vender en un Marketplace
- Cómo tener un buen posicionamiento dentro de un Marketplace
- Formas de monetización de un marketplace



100% online



Clases en directo



Mentor-UNIR



unir.net

Infórmate:

info@unir.net

+34 941 209 743