

## Diplomado en E-Commerce (versión en línea)

Coordinador académico: M.A. Jorge Romero

**Nota:** Este diplomado tiene una duración de 120 horas, distribuidas de la siguiente forma: 96 horas de sesiones virtuales en tiempo real y muy participativas, realizadas con la herramienta Zoom, y 24 horas de actividades de aprendizaje asíncronas en una plataforma digital. Se requiere que el participante cuente con computadora, laptop, tablet, teléfono inteligente o cualquier otro dispositivo que reproduzca audio y video, y una buena conexión a internet.

Las clases serán en tiempo real en los días y horarios publicados. Las sesiones no serán grabadas y el participante solo tendrá acceso en el grupo al que se haya inscrito.

### Objetivo general

El participante adquirirá los conocimientos para gestionar operaciones de comercio electrónico y será capaz de evaluar los canales digitales que puede integrar a su estrategia, para alcanzar sus objetivos de negocio.

### ¿A quién va dirigido?

Ejecutivos y emprendedores que quieren entender las nuevas formas del negocio digital. Personas interesadas en desarrollar plataformas digitales como canal de venta de sus productos o servicios. Colaboradores de empresas que buscan digitalizar sus operaciones o requieren actualizar sus conocimientos de comercio electrónico.

### Módulo I

#### EL ENTORNO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

##### Objetivo

El participante comprenderá el entorno del comercio electrónico y obtendrá un panorama de las actividades comerciales digitales en el mundo, así como de las rutas que sigue un consumidor en línea al adquirir un producto o servicio.

##### Temario

1. Evolución del comercio electrónico y digital
2. El comercio electrónico y digital en México
3. Panorama del comercio digital del mundo
4. El ecosistema del comercio electrónico
5. Las rutas del consumidor digital
6. Modelos de negocio

## **Módulo 2**

### **DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN LÍNEA**

#### **Objetivo**

El participante conocerá las disposiciones legales vigentes que se aplican en México a las actividades de comercio electrónico y citará los derechos que tiene un consumidor en línea.

#### **Temario**

1. Principales normativas y regulaciones del comercio electrónico
2. Aviso de privacidad y protección de datos
3. Derechos del consumidor en línea
4. Definición de estrategia de pagos
5. Prevención de fraudes en las operaciones digitales

## **Módulo 3**

### **TIENDA EN LÍNEA Y PLATAFORMAS DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

#### **Objetivo**

El participante será capaz de montar una tienda en línea considerando el comportamiento físico y digital del consumidor, así como los modelos de pago y las plataformas disponibles. Definirá indicadores de desempeño para optimizar las actividades de su tienda en línea.

#### **Temario**

1. El consumidor digital
2. Interfaz de usuario y experiencia de usuario
3. Modelos de pago
4. Plataformas y catálogos
5. Promociones de ventas
6. Indicadores

## **Módulo 4**

### **MERCADOTECNIA PARA COMERCIO ELECTRÓNICO**

#### **Objetivo**

El participante aprenderá los conceptos y definirá las técnicas de posicionamiento de productos y servicios en buscadores y redes sociales mediante tácticas orgánicas y pagadas, así como otros canales de soporte para extender el alcance y las ventas.

#### **Temario**

1. Buscadores
2. Redes sociales
3. Comercio social y virtual
4. Canales de ventas
5. Canales de soporte

6. Indicadores de desempeño

## **Módulo 5**

### **OPERACIONES Y LOGÍSTICA COMERCIAL**

#### **Objetivo**

El participante determinará la infraestructura de las operaciones comerciales, así como la logística para la distribución y el almacenamiento de productos por medio de diversos modelos.

#### **Temario**

1. Infraestructura logística del comercio electrónico en México
2. Centros de distribución y almacenamiento
3. Modelos de logística
4. Revendedores
5. Envíos y formas de entrega
6. Estrategias omnicanales

## **Módulo 6**

### **PLAN DE NEGOCIO: PROYECTO DE COMERCIO ELECTRÓNICO**

#### **Objetivo**

El participante armará un plan de negocio para un proyecto de comercio electrónico y evaluará su viabilidad de acuerdo con las variables externas e internas del proyecto.

#### **Temario**

1. Plan de negocio
  - 1.1. Resumen ejecutivo
  - 1.2. Oportunidad de negocio
  - 1.3. Idea de negocio
  - 1.4. Propuesta de valor
  - 1.5. Análisis estratégico
  - 1.6. Estrategia competitiva
  - 1.7. Socios y equipo fundacional
  - 1.8. Plan de recursos humanos
  - 1.9. Plan de mercadotecnia
  - 1.10. Plan de operaciones
  - 1.11. Plan económico-financiero (proyecciones)
  - 1.12. Plan jurídico-fiscal
  - 1.13. Plan de riesgos
  - 1.14. Indicadores de desempeño e indicadores de medición
  - 1.15. Cronograma
  - 1.16. Conclusiones
2. Evaluación de mercado
3. Estrategia y objetivos

**A lo largo del diplomado, el participante desarrollará un proyecto de tienda en línea que presentará en el módulo 6. Este proyecto será requisito para acreditar el programa.**

## **Coordinador Académico**

**Jorge Romero**

Es maestro en Administración por el ITAM y licenciado en Diseño de la Comunicación Gráfica por la Universidad Autónoma Metropolitana, campus Xochimilco. Cuenta con el Certificado de Competencia como instructor expedido por la Secretaría de Educación Pública del gobierno federal. Es estratega comercial con más de 20 años de experiencia en diseño y ejecución de proyectos de mercadotecnia digital, comunicación integral, vinculación y ventas. Actualmente es director de Mercadotecnia y Ventas de Desarrollo Ejecutivo del ITAM, donde también coordina el Diplomado en Mercadotecnia Digital. Fue coordinador de Medios del Centro de Tecnologías para la Educación del ITAM y participó en proyectos digitales para capacitación de empresas como CitiBanamex, Grupo Bimbo, GNP, Mercedes-Benz, Peñoles y PepsiCo., además de que encabezó y colaboró en el diseño de interfaces de dispositivos multimedia y libros de apoyo para diversas asignaturas como mercadotecnia, contabilidad y finanzas, entre otras, en asociación con Pearson Education. Ha sido catedrático y conferencista en diversas instituciones como CESSA, ITAM, UNITEC, UIC y UPY. Es socio de los Despachos Robles y Asociados y Nami Digital, en donde colabora como consultor de diversas empresas privadas y públicas.

INFORMES: Lunes a viernes de 8:00 a 20:00 h. Tel. 5628 4185, sin costo desde el interior: 01800 398 4826

Av. Camino a Santa Teresa 930, Col. Héroes de Padierna, 10700, México, D.F.

Programación y precios sujetos a cambios sin previo aviso.

El ITAM se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas que no cumplan con el quórum mínimo requerido.

Consulte nuestra programación en:

[www.desarrolloejecutivo.itam.mx](http://www.desarrolloejecutivo.itam.mx)