



# Presentación del Curso Virtual

**VENTAS, MARKETING DIGITAL  
Y COMERCIO ELECTRÓNICO**



## Tabla de contenido

Ventas, Marketing digital y Comercio electrónico.....	3
Presentación del curso .....	3
Objetivos de aprendizaje .....	4
Contenidos del curso .....	5
Competencias previas .....	6
Recursos .....	6
Aspectos metodológicos .....	6
Criterios de aprobación .....	7



## Ventas, Marketing digital y Comercio electrónico

### Presentación del curso

El presente curso virtual de marketing es una guía adecuada para entender el marketing en general y sobre todo tu gestión a través de los medios digitales así como el comercio electrónico.

Este curso se compondrá de los siguientes componentes:

Comprensión de un modelo de negocio.- Los participantes del curso deberán saber entender cómo funciona un negocio dependiendo donde apliquen su profesión, esto permite facilidad al momento de aplicar Marketing Digital e E-Commerce.

Gestión de Marketing.- El Marketing se gestiona a través de procesos, unos estratégicos y otros tácticos, los participantes deben tener estos conceptos claros para saber aplicarlos en cualquier industria. La gestión de marketing digital es la combinación entre gestión de marketing, gestión de la comunicación y el desarrollo o programación.

Comercio Electrónico.- Para la gestión de comercio electrónico deben incorporarse conocimientos de Administración de la relaciones con los clientes, es decir CRM en sus siglas en inglés así como el BI o Business Intelligent – Inteligencia de Negocios, ya que el tráfico y la información son necesarias para la generación del conocimiento del comportamiento del consumidor para así establecer ofertas de valor a su medida.

Marketing Digital.- La aplicación del mercadeo a través de medios digitales, redes sociales, websites, entre otros, La gestión del posicionamiento de marca apalancada en su oferta de valor, canales, promociones, publicidad, experiencia de compra. Saber combinar las emociones, interacciones, la experiencia y la vinculación. La importancia de tener seguidores y comprender la diferencia entre los segmentos de mercado propios de cada negocio y la relación con los babyboomers, X y milenials.

## Objetivos de aprendizaje

### Objetivo general:

- Entregar herramientas cognitivas y metodológicas para que las y los profesionales del área puedan potenciar sus actividades laborales o de emprendimiento, brindando las competencias necesarias para distinguir los elementos propios del marketing digital y sus aplicaciones en comercio electrónico y ventas.

### Objetivos específicos:

- Motivar y facilitar el aprendizaje de los y las participantes del curso, mediante el estudio y análisis de aspectos generales y claves, que sirvan de base previo al estudio de técnicas y herramientas de la mercadotecnia con sus distintas evoluciones.
- Facilitar conocimientos, herramientas y técnicas que les permita a los y las participantes del curso realizar análisis de mercadotecnia a empresas en funcionamiento.
- Facilitar conocimientos, herramientas y técnicas que permita a los y las participantes del curso, a poner en práctica las estrategias y táctica en la gestión de comercio electrónico
- Comprender las características del marketing digital y su aplicación mediante la implementación de estrategias orientadas al comercio electrónico.

## Contenidos del curso

### **BLOQUE 1: MODELO DE NEGOCIOS**

- 1.1. Introducción
- 1.2. Segmentos de mercado
- 1.3. Diseñando la Propuestas de valor
- 1.4. Canales
- 1.5. Relación con clientes
- 1.6. Fuentes de ingresos
- 1.7. Recursos clave
- 1.8. Actividades clave
- 1.9. Asociaciones clave
- 1.10 ejemplos de modelo de negocio: Google, Wii,

### **BLOQUE 2: GESTIÓN DE MARKETING**

- 2.1. Conceptos del marketing estratégico
- 2.2. Procesos de Marketing Estratégico
- 2.3. Procesos de marketing operativo
- 2.4. Análisis estratégico
- 2.5. Aplicación de procesos de Marketing

### **BLOQUE 3: ADMINISTRACIÓN DE RELACIONES CON EL CLIENTE**

- 3.1. Comportamiento del consumidor
- 3.2. Inteligencia de negocios
- 3.3. Administración de relaciones con el cliente uno a uno
- 3.4. La gestión de las tecnologías de información y el Marketing
- 3.5. Casos

### **BLOQUE 4: MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO**

- 4.1. Introducción
- 4.2. Importancia del marketing digital
- 4.3. Avances tecnológicos y cultura digital
- 4.4. Medios digitales
  - 4.4.1. Ramas del marketing digital
    - 4.4.1.1. SEO (Search Engine Optimization)
    - 4.4.1.2. SEM (Search Engine Marketing)
    - 4.4.1.3. Marketing viral
  - 4.4.2. Redes sociales
- 4.5 Gestión del E-Commerce
  - 4.5.1. Fases de "E-Commerce"
  - 4.5.2. Función del "E-Commerce"

- 4.5.3. Elementos necesarios para conducir un "E-Commerce"
- 4.5.4. Procesos de negocios para el E-Commerce
- 4.5.5. Casos

### Competencias previas

- Manejo del paquete básico de Microsoft Office, principalmente Word y Excel
- Conocimiento de conceptos básicos de marketing
  - Administración de marketing
  - Planificación, dirección y control de procesos de mercadotecnia
  - Manejo de objetivos y tácticas de mercadotecnia

### Recursos

- Acceso a un equipo de computación con conexión a internet
- Disponer de una cuenta de correo electrónico
- Acceso al paquete Microsoft Office en su componente Word y Excel
- Contar con un programa para abrir documentos .pdf

### Aspectos metodológicos

El curso virtual se desarrolla totalmente desde internet, en la Plataforma LMS Moodle, donde se realizan actividades teórico prácticas con un enfoque dinámico y participativo centrado en los participantes.

Los contenidos del curso virtual están a su disposición las 24 horas del día y los 7 días de la semana dentro del tiempo establecido para la duración del curso, para lo cual, todos los participantes pueden organizar su propio horario de estudio.

Cada semana se presentan contenidos que son estructurados con actividades individuales y colaborativas, recursos complementarios y herramientas Web 2.0 que estarán disponibles en formatos para navegar e imprimir.

Se realizan actividades sincrónicas y asincrónicas a través de herramientas de comunicación como: chat, foros, mensajería interna, entre otras; que son empleadas por el facilitador para mediar el aprendizaje.

El seguimiento tutorial efectuado es constante y proactivo, lo que garantiza el éxito del proceso de aprendizaje.

### Criterios de aprobación

- Revisión y análisis de la información presentada en el aula virtual
- Cumplimiento de las actividades propuestas en el tiempo establecido
- Participación durante 2 horas diarias en el aula virtual
- Obtención de un rendimiento mínimo de 70/100 puntos en el curso virtual



Esta obra está bajo una licencia de [Creative Commons Reconocimiento-No Comercial-Sin Obra Derivada 3.0 Ecuador](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/ec/)

