

---

## **Tipo de trayecto: módulo**

### **DENOMINACIÓN: Herramientas y Estrategias del Comercio Electrónico**

#### **1. DESTINATARIOS**

Personas que quieran vender sus productos o servicios en internet o que se encuentren dando sus primeros pasos en la venta por internet.

#### **2. REQUISITOS DE INGRESO**

Certificado de nivel secundario terminado. Manejo de internet y redes sociales

#### **3. OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Reconocer las etapas para desarrollar una estrategia y configurar un plan de negocios para comercio electrónico.
- Identificar los tipos y características de sitios web transaccionales más adecuados para su negocio.
- Comprender los diferentes modelos de negocio de comercio electrónico.
- Diseñar proyectos propios o de terceros en materia de comercio electrónico.

#### **4. COMPETENCIAS**

- Toma decisiones informadas y basadas en datos.
- Configura un plan de negocios para comercio electrónico.
- Diseña proyectos propios o de terceros en materia de comercio electrónico.

#### **5. JUSTIFICACIÓN**

El comercio electrónico ha revolucionado la forma en que compramos y vendemos. Hoy en día, las tiendas en línea son más accesibles y populares que nunca. Ante este panorama, surge la necesidad de equipar a las personas con las herramientas y conocimientos necesarios para aprovechar las oportunidades que ofrece este mercado digital.

En un mundo cada vez más digital, el comercio electrónico se ha convertido en una vía ineludible para alcanzar nuevos clientes y expandir tu negocio. Ya sea que seas un emprendedor con una gran idea, un profesional que busca diversificar sus ingresos o simplemente alguien interesado en aprender nuevas habilidades, esta formación te abrirá las puertas a un mundo de oportunidades.

Esta formación es importante debido a que el comercio electrónico brinda la posibilidad de generar ingresos adicionales o incluso iniciar un negocio propio desde casa.

La modalidad virtual permite a los participantes aprender a su propio ritmo y desde cualquier lugar con conexión a internet.

## **6. PERTINENCIA DEL DICTADO EN CAMPUS NORTE:**

El dictado de la formación en comercio electrónico en el Campus Norte de la Universidad Nacional de Córdoba es una iniciativa estratégica que responde a las necesidades del mercado laboral, fomenta el emprendedurismo, complementa la oferta académica y contribuye al desarrollo regional.

El comercio electrónico está experimentando un crecimiento exponencial a nivel mundial, generando una alta demanda de profesionales capacitados en esta área. Córdoba, inmersa en un proceso de transformación digital, no es la excepción. En este contexto, la formación en comercio electrónico se vuelve fundamental para adaptarse a las nuevas tendencias del mercado laboral. El Campus Norte de la Universidad Nacional de Córdoba, reconocido como un semillero de emprendedores, ofrece un espacio ideal para desarrollar estas habilidades. Al brindar las herramientas necesarias para transformar ideas en negocios online exitosos, esta formación no solo fomenta el emprendedurismo, sino que también genera nuevas oportunidades de empleo, tanto en empresas establecidas como en startups. Además, complementa la oferta académica existente, permitiendo a los estudiantes adquirir conocimientos prácticos y actualizados. Esta iniciativa contribuye al desarrollo económico de la región, generando nuevas fuentes de ingresos y fomentando la innovación. Asimismo, establece vínculos entre la universidad y el sector productivo, generando oportunidades de colaboración y transferencia de conocimiento. La modalidad virtual de esta formación ofrece mayor flexibilidad, permitiendo a estudiantes de toda la región acceder a los contenidos y avanzar a su propio ritmo, adaptándose a sus necesidades particulares.

## **7. ESTRUCTURA**

Este trayecto formativo se estructura en 3 unidades organizadas en 11 clases de desarrollo de contenido con evaluaciones parciales y una evaluación final en el último encuentro.

La duración es de 3 (tres) meses con un encuentro sincrónico semanal de 2 horas.

La modalidad de cursado es virtual sincrónica con trabajo autónomo del estudiante.

## 8. CONTENIDOS MÍNIMOS DE CADA UNIDAD

### Unidad 1: Fundamentos del Comercio Electrónico

- **Clase 1: Introducción al Comercio Electrónico**
    - **Contenido Teórico:**
      - Definición y evolución del e-commerce.
      - Tipos de modelos de negocio (B2B, B2C, C2C, D2C).
      - Plataformas más utilizadas en el mercado (Shopify, WooCommerce, Magento).
    - **Material Complementario:** Video sobre la evolución del comercio electrónico y plataformas líderes.
  - **Clase 2: Infraestructura y Componentes Básicos**
    - **Contenido Teórico:**
      - Hosting, dominio y SSL.
      - Configuración básica de una tienda online.
    - **Material Complementario:** Video tutorial sobre la configuración de una tienda en WordPress o Shopify.
  - **Clase 3: Métodos de Pago y Seguridad**
    - **Contenido Teórico:**
      - Introducción a las pasarelas de pago (PayPal, Stripe, MercadoPago).
      - Gestión de cobros y prevención de fraudes.
      - Certificados de seguridad en e-commerce.
    - **Material Complementario:** Video explicativo sobre pasarelas de pago y seguridad en las transacciones online.
  - **Clase 4: E-Fulfillment**
    - **Contenido Teórico:**
      - Factores Clave para Elegir el Mejor Partner de Logística.
      - Factores para Seleccionar un Gateway de Pago
      - Aspectos básicos de la cadena de suministro y su relación con el comercio electrónico.
    - **Material Complementario:** Video sobre soluciones de fulfillment y sus ventajas en el comercio electrónico.
- 

### Unidad 2: Estrategias de Marketing Digital

- **Clase 5: SEO para Comercio Electrónico**
  - **Contenido Teórico:**
    - Estrategias básicas de SEO (on-page y off-page).
    - Introducción a las palabras clave y su importancia en el SEO.
    - Optimización de fichas de producto y descripciones.
  - **Material Complementario:** Video tutorial sobre la búsqueda de palabras clave y optimización de fichas de productos.

- **Clase 6: Publicidad Digital (SEM)**
    - **Contenido Teórico:**
      - Introducción a Google Ads y Facebook Ads.
      - Estrategias de PPC y retargeting.
    - **Material Complementario:** Video sobre cómo configurar una campaña de serach de Google Ads y sobre cómo realizar campañas de shopping en Facebook e Instagram.
  - **Clase 7: Email Marketing y Automatización**
    - **Contenido Teórico:**
      - Construcción y segmentación de bases de datos.
      - Diferentes Plataformas de Email Marketing.
      - Estrategias de embudos de ventas (flows, newsletters, abandoned cart).
    - **Material Complementario:** Video sobre cómo crear una campaña de email marketing.
  - **Clase 8: Redes Sociales y Contenido Generado por el Usuario**
    - **Contenido Teórico:**
      - Estrategias de social commerce.
      - Influencers y embajadores de marca.
    - **Material Complementario:** Video sobre el uso de redes sociales para generar ventas en e-commerce.
- 

### Unidad 3: Optimización y Escalabilidad

- **Clase 9: KPIs de E-commerce**
    - **Contenido Teórico:**
      - Principales KPIs en E-Commerce y su Importancia.
      - Utilidad de los KPIs para la Toma de Decisiones Estratégicas.
    - **Material Complementario:** Video explicativo sobre la importancia de KPIs en E-Commerce.
  - **Clase 10: Internacionalización del E-commerce**
    - **Contenido Teórico:**
      - Estrategias para vender en mercados internacionales.
      - Gestión de envíos y pagos transfronterizos.
    - **Material Complementario:** Video sobre la internacionalización y expansión global de tiendas online.
  - **Clase 11: Innovaciones en E-commerce y Tendencias Futuras**
    - **Contenido Teórico:**
      - E-commerce móvil (M-commerce), social commerce y marketplaces.
      - Automatización y uso de IA en el comercio electrónico.
    - **Material Complementario:** Video sobre tendencias emergentes en el comercio electrónico, como IA y automatización.
-

## 9. MODALIDAD DE CURSADO

El dictado de las clases de este trayecto se llevará a cabo en modalidad presencial mediada por tecnología a través de las plataforma Zoom o Meet. El acceso a las clases se realiza desde el enlace compartido en el aula virtual del trayecto, alojada en Moodle de Campus Norte. Los materiales de soporte necesarios para el aprendizaje se ponen a disposición en el aula virtual desde donde cada estudiante puede descargarlos e imprimirlos para su más cómoda manipulación.

## 10. Cronograma de dictado y Carga horaria total expresada en horas y créditos

Semana	Unidad	Temas	Carga horaria (h)	
			Lectiva	Trabajo autónomo
1	1	<b>Introducción al Comercio Electrónico</b> Definición y evolución del e-commerce. Tipos de modelos de negocio (B2B, B2C, C2C, D2C). Plataformas más utilizadas en el mercado (Shopify, WooCommerce, Magento).	2	2
2		<b>Infraestructura y Componentes Básicos</b> Hosting, dominio y SSL. Configuración básica de una tienda online.	2	2
3		<b>Métodos de Pago y Seguridad</b> Introducción a las pasarelas de pago (PayPal, Stripe, MercadoPago). Gestión de cobros y prevención de fraudes. Certificados de seguridad en e-commerce.	2	2
4		<b>Logística y Fulfillment</b> (Reformulada)	2	2

		<p>Métodos de envío y gestión de inventario.</p> <p>Soluciones de entrega: Dropshipping, fulfillment propio y 3PL.</p> <p>Aspectos básicos de la cadena de suministro y su relación con el comercio electrónico.</p>		
5	2	<p><b>SEO para Comercio Electrónico</b></p> <p>Estrategias básicas de SEO (on-page y off-page).</p> <p>Introducción a las palabras clave y su importancia en el SEO.</p> <p>Optimización de fichas de producto y descripciones.</p>	2	2
6		<p><b>Publicidad Digital (SEM)</b></p> <p>Introducción a Google Ads y Facebook Ads.</p> <p>Estrategias de PPC y retargeting.</p>	2	2
7		<p><b>Email Marketing y Automatización</b></p> <p>Construcción y segmentación de bases de datos.</p> <p>Diferentes Plataformas de Email Marketing.</p> <p>Estrategias de embudos de ventas (flows, newsletters, abandoned cart).</p>	2	2
8		<p><b>Redes Sociales y Contenido Generado por el Usuario</b></p> <p>Estrategias de social commerce.</p> <p>Influencers y embajadores de marca.</p>	2	2
9	3	<p><b>Analítica Web y KPIs de E-commerce</b></p> <p>Introducción a las herramientas de analítica web (Google Analytics, Hotjar).</p> <p>Medición de KPIs esenciales: tasa de conversión.</p>	2	2

10		<b>Internacionalización del E-commerce</b> Estrategias para vender en mercados internacionales. Gestión de envíos y pagos transfronterizos.	2	2
11		<b>Innovaciones en E-commerce y Tendencias Futuras</b> E-commerce móvil (M-commerce), social commerce y marketplaces. Automatización y uso de IA en el comercio electrónico.	2	2
		<b>Evaluación final</b>	2	2
		<b>TOTAL</b>	<b>24 h</b>	<b>24 h</b>
		<b>Carga horaria total</b>	<b>48 hs</b>	
		<b>Créditos académicos</b>	<b>1,92</b>	

### 11. Modalidades de evaluación (parcial y final)

**Evaluación formativa:** en el transcurso del dictado del trayecto se dispondrá de actividades evaluativas estructuradas para verificar el nivel de logro de cada unidad temática y al finalizar el trayecto los participantes deberán resolver una actividad evaluativa integradora.

**Retroalimentación:** en la sesión grupal final se propiciará un segmento de intercambio y diálogo sobre los aprendizajes teórico-práctico logrados y las dificultades encontradas en el trayecto.

**Recuperación:** si alguna de las actividades evaluativas no llegara a ser aprobada se podrá acceder a una oportunidad de evaluación recuperatoria en los plazos definidos por Campus Norte UNC.

### 12. Requisitos de aprobación:

Para aprobar el trayecto los participantes deberán:

- Asistir al menos a 9 de las 11 clases de desarrollo de contenido para asegurar su aprendizaje y dominio de las habilidades que le permitirán acreditar las competencias del trayecto.

- Resolver y aprobar las evaluaciones intermedias y final del trayecto.

Los indicadores de valoración de las evaluaciones de proceso y final serán Aprobado/Desaprobado correspondiendo la aprobación al logro del 70% de los objetivos trazados.

### **13. Bibliografía:**

Fariello, Jorge (2020). Nuevas tendencias de mercadotecnia.

Google. (n.d.). Skillshop. <https://skillshop.withgoogle.com/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Marketing. Pearson Educación.

Material de elaboración propia.

SEMrush. (n.d.). Conceptos básicos de SEO: Cómo hacer SEO para principiantes. <https://es.semrush.com/blog/seo-basico/>

Torres Revert, J. L. (2021). La biblia del e-commerce: Los secretos de la venta online. Más de mil ideas para vender por internet.

Meta. (n.d.). Blueprint. <https://www.facebook.com/business/learn/blueprint>

### **14. Cupo**

Para garantizar una óptima dinámica de aprendizaje, este trayecto formativo tiene un cupo mínimo de 12 y un máximo de 20 participantes.

### **15. Recursos y habilidades necesarias para el cursado, en virtud de las modalidades definidas.**

- Dispositivo y conexión a internet: Un ordenador o tablet con buena conexión a internet para acceder a las plataformas de formación, videos y realizar las evaluaciones.
- Software o herramientas de gestión: Familiarización con plataformas como Google Drive o herramientas de comunicación online (como Zoom o Google Meet) para recibir material, hacer consultas y participar en clases en vivo.
- Correo electrónico: Se espera que los participantes sepan manejar el correo electrónico.
- Se requiere manejo básico de recursos informáticos, navegadores y dispositivo móvil con buena conectividad que permita mantener una videollamada y acceder a sitios web para realizar las actividades programadas.

## MODELO DE CERTIFICADO

El Campus Norte de la Universidad Nacional de Córdoba

Certifica que (APELLIDO Y NOMBRE COMPLETO)

DNI xxxxxxxxxxxx

ha finalizado el módulo

### **Herramientas y Estrategias del Comercio Electrónico**

aprobado por Resolución ...XXXX., con una carga horaria de cuarenta y ocho (48) horas reloj,

equivalente a 1,92 créditos académicos.

Por tal motivo se certifica la demostración de las siguientes competencias:

Toma decisiones informadas y basadas en datos.

Configura un plan de negocios para comercio electrónico.

Diseña proyectos propios o de terceros en materia de comercio electrónico.

Córdoba, ... de ..... de 2025

Firma Directora Académica

Firma Prorector