

MASTER en eCommerce

para empresas de la industria
Alimenticia, Grasas y Bebidas

AliExpress

amazon

ebay

mercado
libre

IEDGE BUSINESS
SCHOOL

Contenidos actualizados 2021

CIAJ
Cámara de la Industria
Alimenticia de Jalisco

Carta del Director

¿Sabe cómo realizar comercio electrónico eficaz?, ¿Es sencillo de desarrollar? ¿Cómo ponerlo en marcha de una manera profesional?. Con el **Máster en eCommerce** (MEC), en 6 meses, aprenderá todo lo relacionado con el comercio electrónico de una manera totalmente PRÁCTICA utilizando las más actuales y probadas técnicas y herramientas de venta online.

Las empresas del s. XXI necesitan futuros profesionales que conozcan las técnicas más actuales, eficaces y rentables de eCommerce mediante markeplaces como **Amazon, AliExpress, Mercadolibre o Ebay**, que permiten a cualquier PYME vender en cualquier parte del mundo.

Máster en eCommerce (MEC), es el programa más avanzado en español y donde le enseñamos a mejorar el uso y conocimiento de TODO en comercio electrónico: *Gestion de tienda online, Campañas de captación de econsumidores, Consumer Engagement, Analytics en eCommerce, Mobile eCommerce, Social Media eCommerce, Logística & Fulfillment, Medios de pago online, Gestión de incidencias y devoluciones, Prestashop, WooCommerce, Magento, Amazon, AliExpress, Mercadolibre, Ebay, eCommerce Internacional...*

Este programa formativo es 100% práctico y enseña de una manera **directa, PRÁCTICA y sencilla**, todas las técnicas y herramientas que podemos utilizar en Comercio Electrónico para vender más en cualquier parte del mundo.

A lo largo del Máster en eCommerce (MEC CIAJ), **los tutores personales y los profesores del programa** le guiarán a través del aula virtual, en donde tendrá acceso a toda la documentación y recursos de formación, constantemente actualizados, que fundamenten su aprendizaje on line. Los profesores son profesionales de reconocido prestigio y amplia experiencia en Comercio Electrónico, con **¡Clases online en vivo con los profesores del programa! Y tutores personales los 7 días a la semana.**

Una vez concluido el programa y el proceso de evaluación correspondiente obtendrás el título **Máster en eCommerce** (MEC CIAJ) de **IEDGE Business School** que puede ser convalidad por el Tratado de la Haya para alumnos internacionales.



Eduardo Liberos
Director del Área Académica de Ecommerce
IEDGE Business School





El Máster en eCommerce para empresas de la Industria Alimenticia, Grasas y Bebidas es el programa executive de Comercio Electrónico en español de más éxito.

En 6 meses y con la ayuda de algunos de los mejores profesionales, Ud. se convertirá en un **especialista con los últimos conocimientos de eCommerce**.

Práctico, **contenidos actualizados, con clases en vivo** y tutorizado los 7 días de la semana, **IEDGE Business School** se compromete a adquiera el conocimiento más actual y avanzado en **Comercio Electrónico Internacional**.

RESUMEN EJECUTIVO

- **Duración:** 6 meses
- **Tipo de programa:** online y presencial . Posibilidad de realizar un stage en España.
- **Idioma:** Español
- **Profesores:** Profesionales Internacionales
- **Contenidos:** Actualizados al 2021
- **Precio:** BECA -100% (aplicarán gastos de inscripción)
- **Clases online en vivo:** Si
- **Clases presenciales:** Si
- **Tutorías personales:** Si, los 7 días de la semana en horario amplio
- **Titulación:** Titulación Europea de IEDGE Business School con Convenio de la Haya.
- **Más información:** Laura.Rodriguez@iedge.eu

Objetivos

Una vez finalizado el programa formativo, el alumno...

- Conocerá todos los secretos de Internet y cómo aplicarlos en sus **planes de venta online**.
- **Captará clientes** de una forma rápida, eficaz y económica.
- Pondrá en marcha programas de **fidelización on line** realmente eficaces y perdurables en el tiempo.
- Localizará **nuevos clientes** en cualquier parte del mundo.
- Sabrá utilizar las herramientas más potentes de **venta a través de social media**.
- Conocerá las **plataformas** más adecuadas según las necesidades de una tienda online.
- Optimizará su **tienda online** y conocerá las **mejores prácticas** de comercio electrónico.
- Realizará acciones de **comunicación online** que terminen en proceso de venta online.
- Aprenderá todos los secretos de la **venta online y su distribución**.
- Podrá comercializar productos en el **extranjero** utilizando internet.
- Conocerá cómo **medir y analizar resultados**.
- Conocerá los **aspectos legales** que afectan al entorno al comercio electrónico internacional.

***¡El eCommerce explicado por
profesionales para profesionales!***

Metodología

La metodología del **programa formativo** es eminentemente **práctica** de tal forma que a través de ejemplos prácticos se refuerza y hace tangible los conocimientos que se van adquiriendo durante el programa.

Los **contenidos** están totalmente **actualizados** y el alumno tendrá acceso a:



Clases en vivo online: Una o dos veces por asignatura accederá a nuestro sistema de **clases en vivo online**, adaptada a tu horario y donde estarás en contacto con el profesores y sus compañeros de clase. **¡Todas las clases se graban y se pueden ver en vídeo!**.



Tutorías personalizadas: Los **7 días de la semana** en un horario muy amplio, podrá contactar de una forma directa con tu tutor personal, que resolverá sus dudas del programa, ejercicios, o de sus propios clientes. Todos nuestros tutores son **especialistas en eCommerce** y con una gran experiencia empresarial.



Autotest: Cada asignatura tiene un **autotest** para medir la evolución del conocimiento adquirido. Los autotest permiten disponer de una herramienta de formación avanzada y titulación europea.



Notas técnicas profesionales: **Documentación actualizada** y preparada por los profesores de las asignaturas. Todas las notas técnicas explican de la "A" a la "Z" todo lo necesario para comprender cada asignatura.



Ejercicios prácticos: Cada módulo tiene varios **ejercicios prácticos** especialmente preparados para ayudarte a comprender mejor los puntos a aprender. Además le enviaremos la **solución del profesor** para que analice como lo ha realizado.



Business Cases: El alumno tendrá acceso a **Business Case y ejemplos reales** preparados por los profesores de **IEDGE Business School** para completar su formación.



Post actualizados: Cada semana, los profesores de IEDGE Business School, subirán al blog del programa, **contenidos multimedia actualizados** con lo último sobre Comercio Electrónico, donde los alumnos podrán debatir, preguntar al profesor.

I Temario

MÓDULO

01

Comercio electrónico estratégico

En este módulo enseñamos como realizar estrategias de comercio electrónico, plan de comunicación digital internacional y optimización de sus inversiones utilizando herramientas profesionales eficaces.

• Introducción al eCommerce

Análisis estratégico del comercio electrónico: antecedentes, evolución y tendencias I Modelos de negocio de comercio electrónico I DAFO Comercio electrónico I Segmentación del e-consumidor: Perfiles, análisis cluster, valoración económica y análisis de la demanda I Estrategias de mercado/producto: Desarrollo de producto, desarrollo de mercado, especialización o investigación y desarrollo I Factores Críticos de Éxito en el comercio electrónico I Posicionamiento de las empresas de comercio electrónico y análisis de la oferta I Marketing-Mix: Política de producto, distribución, promoción y precio I Cuadro de mando integral en negocios on line.

• Estrategias de campañas de venta online

Planificación de Estrategias de Captación I Soportes, formatos y oportunidades I Las claves para comunicar de manera eficaz a través de la web I Minisites para campañas de promoción I Product Placement en internet I Email Marketing I Affiliate Marketing I SEM y SEO I Campañas de display I Relaciones Públicas en internet I Acciones co-branded I E-retailer: webs del distribuidor I Publicidad Contextual I Generación de base de datos online I Cómo realizar campañas a través de redes de afiliación I Modelos de negocio: CPL, CPI, CPA I Precios de campañas I Campañas internacionales I Negociación entre publisher, affiliate y anunciante.

• eCommerce Internacional

La Venta Internacional I Acceso a los Mercados Internacionales I Plan de Marketing Internacional I La comunicación internacional I El Producto en el Mix Internacional I Distribución internacional I Gestión de precios internacional I Control de Resultados: Las Desviaciones de Margen.

• Legalidad en Comercio Electrónico

Leyes de protección de datos: RGPD, Can-Spam y otras I Gestión de Impuestos indirectos en ventas internacionales I Legislación internacional de protección de los derechos del consumidor I Pagos de impuestos según donde se encuentre la tienda online o los econsumidores.

I Temario

MÓDULO

02

Marketplaces

En este módulo aprenderá como vender en Amazon, ebay, AliExpress o Mercadolibre. Cómo funcionan los marketplaces para sacarles el máximo rendimiento. ¡Cualquier pyme puede vender en cualquier país del mundo!.

• Introducción a los markeplaces

¿Qué son y dónde encajan los marketplaces? I Taxonomía de los marketplaces: Qué tipos hay, cuántos son y cuáles son los principales I Conflicto de canales, conflictos de medios y e-marketing híbrido I Supply Chain management I E-Procurement I E-Marketplace I Modelos de Negocio Avanzados I Principales características y particularidades de Amazon, Mercadolibre, eBay y AliExpress I Monitorización de la competencia y de precios.

• Amazon

Gestión de Amazon Seller Center I Monitorización de Competencia y de precios I SEO en Amazon I Análisis de Keywords en Amazon I Gestión del feedback y comentarios públicos de clientes I Precios dinámicos I Estrategias de repricing I Gestión de Ventas internacionales.

• AliExpress

Dar de alta en la plataforma I Formas de venta: venta propia, reventa y afiliación I Gestión de inventario y pedidos I Aliplugin en Wordpress I Utilización de Alipay y sistema de facturación internacional I Gestión de impuestos y tasas I Promoción de productos dentro del marketplace.

• eBay

Configuración de la cuenta de vendedor I Gestión de inventario y productos I Gestión de pedidos I Utilización de paypal y sistema de facturación internacional I Gestión de impuestos y tasas I Promoción de productos dentro del marketplace I Gestión de devoluciones y reclamaciones I Gestión de Ventas internacionales.

• Mercadolibre

Creación de una cuenta de vendedor I Gestión de inventario y productos I Gestión de pedidos I Medios de pago y sistema de facturación internacional I Gestión de impuestos y tasas I Promoción de productos dentro del Marketplace I Gestión de devoluciones y reclamaciones I Gestión de Ventas internacionales.

Temario

MÓDULO

03

Performance – Captación de clientes online

En este módulo aprenderá a realizar campañas de Google Ads, Facebook Ads, Instagram Ads y publicidad en marketplaces

• Optimización de campañas de la Red de Búsqueda

¿En qué consiste la optimización de nuestras campañas de Google Ads? I Informe de términos de búsqueda I Concordancias de palabras clave I Añadir palabras clave negativas I ¿Cómo determina Google la posición de nuestros anuncios? I ¿Qué es el nivel de calidad y cómo optimizarlo? I Análisis de rendimiento de campañas y grupos de anuncios I Desgranando el nivel de calidad I ¿Qué ocurre con los clics no válidos? I Optimización de las Páginas de destino I Creando un sitio móvil efectivo I Optimización del rendimiento I Oportunidades y alertas I Experimentos de campañas I Programación avanzada de campañas y extensiones.

• Resultados: Informes, análisis y rendimiento

Introducción al reporting de Google Ads I Personalización de columnas I Crear, guardar y programar informes I Encontrar, editar y eliminar informes I Operaciones habituales con hoja de cálculo I Rendimiento de cuenta, campañas y grupos de anuncios I Evaluando el rendimiento de los anuncios I Reportes de seguimiento de conversiones I Medición del rendimiento de palabras clave I Medición de alcance y frecuencia I Midiendo rendimiento geográfico I Midiendo y comparando rendimiento entre períodos de tiempo I ¿Cómo comparar el rendimiento? I Etiquetas en Google Ads I Análisis de segmentos I Google Ads Application Programming Interface (API).

• Campañas de Google Ads para Mobile Marketing

Configurar las pujas para dispositivos móviles I Grupos de anuncios específicos para móviles I Anuncios para móviles I Landings diseñadas para móviles I Extensiones de anuncios para móviles.

• Google Shopping y Merchant Center

Descripción general de un feed de datos I Formatos de feed de datos admitidos y el formato delimitado por tabuladores I Especificación de feed de productos I Enviar feeds de actualización del inventario de productos online I Información sobre el rechazo de productos por infracciones en los datos de producto I Configurar una campaña de Google Shopping I Administrar una campaña de Shopping con grupos de anuncios I Administrar una campaña de Shopping con grupos de productos.

• Campañas para la Red de Display

¿En qué consiste la red de Display de Google? I Interacción entre la Red de Display y la Red de Búsqueda I Formatos de anuncios de la red de Display I Anuncios gráficos I Sistema de aceptación de anuncios gráficos I Creador Anuncios Display.

• Remarketing

¿Qué es el remarketing dinámico? I Crear una campaña de remarketing dinámico I Crear un feed para anuncios de display dinámicos I Añadir la etiqueta de remarketing dinámico a su sitio I ¿Cómo crear anuncios de display dinámicos?.

• Creación de campañas con vídeo Ads

Introducción a la publicidad en vídeo I Funcionamiento de la publicidad en vídeo I Estrategia de anuncios en vídeo I Creación y seguimiento de campañas de YouTube I Formatos de anuncio TrueView.

I Temario

MÓDULO

04

Logística y Fulfillment

La logística y el fulfillment es estratégico para cualquier proyecto eCommerce que quiera vender en cualquier parte del mundo. El alumno comprenderá su funcionamiento y qué operadores logísticos son los más adecuados.

• Introducción a Logística y Fulfillment

Importancia de la logística en el comercio electrónico | El transporte urgente aplicado al comercio electrónico | Gestión de los datos | Gestión con proveedores y sala de producción | Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística inversa | Cómo gestionar la logística de los productos virtuales y productos físicos | Principales características y aplicaciones de la distribución de productos virtuales | Retos de la distribución aplicada al comercio electrónico | La logística aplicada al comercio electrónico | Integración de la logística y las tecnologías de la información para crear valor añadido | Información de seguimiento vía Internet.

• Gestión de inventario y pedidos

Gestión de inventario en almacén | control de stock y reaprovisionamiento | Financiación de stock | Gestión de Pedidos urgentes | Pre-sales | Coordinación con productores | Inventario internacional | Dropshipping | Gestión de pedidos online | Actualizaciones de precios | Integración de ERP con SCM.

• Logística Inversa

Gestión de devoluciones como oportunidad de ventas futuras | Seguimiento de devoluciones | Actualización en ERP y revisión de envíos | Medidas antifraude | Reducción de devoluciones | Costes y precios de devoluciones.

• Plataformas de logística internacionales

Integración con plataformas de envío | Seguimiento online de pedidos | Precios de envíos | UPS | Fedex | Seur | Correos.

I Temario

MÓDULO

05

Precios y medios de Pago online

¿Qué precio poner a nuestros productos en mercados internacionales?. Pagos online seguros para evitar fraudes o quejas de los clientes.. Pero, ¿Cuáles son las mejores plataformas de pago online?, ¿Qué costes tienen?, ¿Cómo protegerlos de fraudes e impagos?.

• Introducción a Medios de Pago online

Sistemas de pago no integrados I Sistemas de pago integrados – pasarela de pagos I Tarjetas de crédito: Banda magnética, tarjetas inteligentes y multiservicio I 3D Secure I Internet Mobile Payment I Modelos de negocio de los diferentes actores I Work-flow y funcionamiento de un sistema de pago a través del móvil I Detección de fraude y gestión de impagos.

• Estrategia de precios online internacionales

Gestión de precios en marketplaces I Gestión de precios en divisas internacionales I Tecnologías de pricing I Plataformas de optimización de precios por países I Segmentación de precios por productos I Protección de márgenes con divisas cambiantes.

• VISA, 4B, Mastercard y American Express

Características y tasas de descuento I Integración con banca online I Aspectos técnicos de las pasarelas de pago I Rechazo de tarjetas I Medidas de protección I Gestión de incidencias I Pagos derivados en tiempo I Pagos internacionales.

• Paypal

Apertura de cuenta I Tasas de descuento I Integración con le gestor de pedidos de la tienda online I Gestión de incidencias I Pagos internacionales.

• Otros medios de pago online internacionales

Apertura de cuentas, tasas de descuento y países de operación I Stripe I Skrill I Libra I Amazon Pay I Klik&Pay I Swipe I Braintree I Checkout.

| Temario

MÓDULO

06

Email Marketing

Con el email marketing se pueden ahorrar costes de comunicación, reducir tiempos de respuesta a una oferta y realizar una personalización efectiva (one-to-one). Aprenderá a realizar campañas eficaces con plataformas profesionales.

- **Introducción al email marketing**

Fundamentos Legales | ¿Cómo enviar email marketing legalmente en todo el mundo? | ¿Cómo conseguir que los ISP no crean que somos spammers? | Estrategia de campañas de Email Marketing | Desarrollar y Gestionar de campañas de Email Marketing | Email Marketing Planning | Permission Marketing | Listas.

- **Gestión de campañas de email marketing**

Database Marketing | Técnicas de Diseño y Comunicación de campañas de Email Marketing | Requisitos Técnicos para lanzar campañas de Email Marketing | desarrollo de piezas creativas y programación | Mobile email marketing | Medición y análisis de resultados.

- **Plataformas profesionales**

Proveedores profesionales de campañas de email | Mailchimp | Mailrelay | Mailjet | Sender | Acumbamail | Sendinblue | Sendgrid.

I Temario

MÓDULO

07

Social Media Marketing

Aprenderá a optimizar profesionalmente las redes sociales y conoceremos términos como engagement, Alcance, customer Social Relationship Management, Buzz Marketing, WOM o social media analytics.

• Introducción al Social Media Marketing

Plan estratégico integrado en redes sociales I Branding, construcción y gestión de la identidad digital I Social media audit y creación del plan social media I Elaboración de un presupuesto I Análisis de ingresos y gastos en social media I Cómo elaborar un plan estratégico de social media I Análisis de casos de éxito.

• Social Media Management

Responsabilidades del Social Media Manager I Social Media Management: claves del éxito de la gestión de comunidades y su integración en las estrategias de marketing I Perfil, tareas y día a día del Social Media Manager I Herramientas de gestión, programación, análisis y reporte I No alimentes al Troll o Cómo vencer los comentarios negativos en las redes sociales I Acciones para dinamizar y fidelizar una comunidad I El social media manager interno I Integración transversal en la organización I Casos de Estudio.

• Las Relaciones Públicas en Social Media

Identificar “Líderes de opinión” y su grado de implicación I Monitorización de la marca, del producto y de la competencia I Identificación de clima social de la marca I Gestión de la Reputación Corporativa Online I Construcción de blogs corporativos, newsletters, y pressrooms como herramientas de RRPP online I Identificación de las comunidades más importantes para las marcas I Marketing de Influencers: Cuándo aplicar estrategias de marketing de influencers y como identificarlos I Casos de Estudio.

• Marketing en redes sociales

Gestión de contenidos en redes sociales I Errores frecuentes y Best Practices I ¿Cómo crear anuncios PPC segmentados de éxito en redes sociales? I Creación de grupos vs. página de fans I Promociones, cupones y comercio electrónico en FB I Fidelización en social media I Promoción de eventos I Boots en redes sociales I Automatización de respuestas y mayor ventas I ¿Cómo conseguir más alcance y engagement? I Casos de Estudio.

• Herramientas de medición, analítica y gestión en Social Media

Herramientas de medición y gestión: desde Hootsuite, Google Analytics a otras herramientas de pago y gratuitas I Métricas de marca y negocio aplicadas a las redes sociales I Elaboración de un cuadro de mando social. Integración de todos los resultados en las distintas redes en un informe I Análisis de datos aportando valor a datos numéricos y gráficas I Valoración de objetivos y KPIs: recomendaciones para optimizar tu estrategia en redes sociales I ROI de Social media I Casos de Estudio.

Temario

MÓDULO

08

Consumer Engagement – Fidelización de cliente online

Este módulo enseña cómo realizar una estrategia de consumer engagement, plan de fidelización online y optimización de sus acciones de loyalty utilizando algunas de las herramientas profesionales.

• Introducción al consumer engagement

La evolución del concepto de Marketing: del Marketing Transaccional al consumer engagement | El valor del cliente | Fidelidad y la satisfacción de los clientes | Costes de cambio y Beneficios percibidos | Momentos de la verdad | Elementos de vinculación | Cómo la fidelidad genera valor para la empresa | Plan de incremento de valor de clientes: segmentación, personalización, plan de contactos, objetivos de negocio (upselling, crossselling, ofertas...) | Objetivos de fidelización en Internet | Generación de visitas fieles | Acciones de fidelización sobre el tráfico del sitio Web | Gestión de la relación con el cliente (e-CRM) | MGM on line | Programas de fidelización en redes sociales y comunidades Virtuales.

• Segmentación

Características de una buena segmentación | Análisis de segmentación | Herramientas de segmentación | Criterios de segmentación | Comportamiento de compra (modelo RFI+P) | Gestión de la base de clientes.

• Estrategia de Consumer Engagement

Capacidad para identificar y distinguir clientes | Capacidad para comunicar de manera personalizada | Capacidad para adaptar la propuesta de Valor | Desarrollo de la relación | Ciclo de vida del cliente | Indicadores de engagement | Co-creación: implicando al cliente en la creación de valor | Clientes no rentables.

• Programas de Fidelización online

Cómo construir un club o programa de fidelización | Factores para el éxito | Problemas frecuentes | Gestión profesional de programas de fidelización | Herramientas de fidelización | Redención de beneficios para clientes | Cálculo de coste de fidelización de clientes | Comunidades verticales virtuales.

• Customer Journey

MOT (Moment Of Truth) y Programas de escucha de la Voz del Cliente | Customer Journey Mapping y mapa de empatía | Touch Points (el día a día de los puntos de control o contacto) | Herramientas de medición y análisis.

Temario

MÓDULO

09

Analítica y métricas digitales

En este módulo aprenderá las principales funcionalidades de Google Analytics: desde cómo se recogen los hits y Google Analytics interpreta esos datos para convertirlos en informe hasta informes avanzados y automatizados para eCommerce.

• Google Tag Manager

Qué es Google Tag Manager I Alta e Instalación I Cuentas, Usuarios, Contenedores y Dominios I Cookies y Seguridad I Qué es una etiqueta I Creación y administración de etiquetas I Etiquetas de Google I Etiquetas de terceros I Etiquetas de página vista, eventos y conversiones de Bing I Etiquetas de página vista, eventos y conversiones de Facebook I Etiquetas de página vista, eventos y conversiones de Twitter I Etiqueta de javascript personalizada I Vista previa I Publicación con Google Tag Manager.

• Procesamiento y configuración de Google Analytics

Visión general del procesamiento y de la configuración I Conversión de visitas en sesiones y usuarios I Cómo importar datos en Google Analytics I Carga de datos externos en Google Analytics I Cómo transformar y agregar datos I Agrupación de canales y contenidos en Google Analytics I SEO y Google Analytics.

• Secciones de los informes de Google Analytics

Visión general de los informes I ¿Cómo crear informes con dimensiones y métricas? I Dimensiones y Métricas personalizadas I El API de los informes I Seguimiento de campañas on y offline I Muestreo en los informes I Informes de audiencia I Informes de adquisición I Informes de Google Ads I Informes de comportamiento I Informes y paneles de control personalizados.

• Análisis cualitativo y cuantitativo

Analítica vertical, horizontal y diagonal I Informes personalizados I Google Analytics Spreadsheet add-on I Google Data Studio I Paneles de Google Analytics I Cuadros de mando y Dashboards.

• Medición y análisis de eCommerce

Proceso de análisis de la conversión I Definición de Objetivos en Google Analytics I Ponderación económica de objetivos I Métricas e informes de conversión I Funnels de conversión I Valor de la página I Tracking de un eCommerce I eCommerce clásico I eCommerce mejorado I Métricas e informes de eCommerce I Embudos multicanal I Los click y la asistencia en la conversión.

• Sección de los informes de conversiones

Informe de flujo de objetivos I Informes de comercios electrónico I Informes de embudos multicanal I Informes de atribución.

I Temario

MÓDULO

10

Desarrollo de tienda online

Este módulo nos permite aprender a cómo desarrollar y gestión de tiendas online / mobile apps. Además conoceremos las tecnologías, CMS y gestores de tiendas online cómo Woocommerce, Prestashop o Shopify.

• Desarrollo web

Dirección y gestión de proyectos on line | Organización de un departamento de programación de eCommerce | Dirección de Arte Digital | Usabilidad de la web | Arquitectura de la información | Catalogo y contenidos: verificación, procesado, herramienta de catalogo | Usability, ambiente de compra, diseño y gestión de herramientas de front-end | Experiencia de usuario | Contenidos, inventario, estructura, "Card-sorting" | Desarrollo del gestor de contenidos | Creación de contenidos web.

• Tecnología Web

Aspectos técnicos fundamentales para el desarrollo de websites | Tecnología aplicada al eCommerce | Servidores, lenguajes de programación y Aderving | Html, php, programación nativa | Pixels, cookies y scripts | Comprendiendo la utilidad de Google Tag Manager | Optimización del Aderving | Redirect | Vast/Vpaid | Informes profesionales.

• WordPress & WooCommerce

Instalación de WooCommerce en WordPress | Vista general de WooCommerce | Configuración de la tienda online | Gestión de categorías e inventarios | Gestión de productos | Gestión de precios e impuestos internacionales | Formas de envío y costes | Medios de pagos.

• Prestashop

Instalación en servidor | Diseño y cambios | Categorías, proveedores y productos | Gestión de menú y del CMS | Aprovisionamiento y compras | Gestión de pedidos | Gestión de precios, impuestos y monedas | Métodos de pago | Gestión de envíos y tarifas.

• Shopify

Cuenta de Shopify | Configuración de módulos | Categorías, proveedores y productos | Gestión de menú y del CMS | Gestión de productos | Gestión de pedidos y clientes | Gestión de precios y monedas | Métodos de pago | Gestión de envíos y tarifas | Gestión de Impuestos.

• Mobile Apps

Aspectos técnicos fundamentales para el desarrollo de apps | Programación de apps para iOS y Android | Distribución de contenidos y usabilidad en mobile apps | Experiencia de usuarios en apps | Apertura de cuentas en Google Play y Apple Store | SDK y analítica de datos en apps | Gestión de actualizaciones de apps.

Sólo master

Servicio de Asesoramiento

Una vez finalizado el programa, **IEDGE Business School** le ofrece un servicio de **Asesoramiento Personalizado** apoyándose en los profesores y en profesionales de **Mediara**, empresa especializada en comercio electrónico internacional

Las empresas participantes en el programa contarán con un **periodo de asesoramiento y acompañamiento** que les permitirá llevar a cabo una estrategia de venta en ecommerce internacional. Tendrá una duración de **dos meses** e incluye para cada empresa **5 horas de asesoramiento personalizado al mes** (10h en total).

Además del **análisis previo de la situación** de cada producto y sus competidores, lo que pretende el servicio es iniciar las actividades de gestión dentro de una **cuenta en los marketplaces** más adecuados (*subida de productos, optimización para posicionamiento orgánico, gestión de consultas, gestión logística... y, en su caso, realización de acciones de marketing*):

Tareas de arranque de cuenta:

- Plan estratégico de penetración en **Marketplaces**: análisis de sector y competidores, selección de mercados y otras recomendaciones.
- Selección de modelo de **logística** (asesoramiento logística marketplaces).
- Ventajas del Modelo Marketplace.
- **Apertura y configuración** de cuenta en los marketplaces seleccionados.
- **Alta de catálogo** de productos.

Tareas periódicas:

- **Optimización continua** y gestión de catálogo de productos.
- Gestión de **consultas y atención al cliente**.
- Control de la **logística**.
- Realización de **promociones de marketing** dentro del marketplace, de acuerdo al plan operativo de marketing diseñado (los gastos en acciones de marketing no estarían incluidos, pero sí el acompañamiento para llevarlas a cabo).
- Envío de informe mensual con **indicadores de rendimiento** (KPI's) de proyecto.

Titulación

Una vez superado todos los ejercicios, exámenes y cumplido con los requisitos de asistencia a las clases en vivo y las tutorías personalizadas, obtendrá el Título en **programa formativo**.

La titulación en **IEDGE Business School** es de ámbito privado siendo muy apreciada por las empresas internacionales del sector del eCommerce.

El Diploma de El **programa formativo** da testimonio público de que el participante ha obtenido unos conocimientos prácticos de aplicación inmediata en temas específicos de gran relevancia para nuestro sector.

Además los alumnos de América que deseen pueden solicitar la **convalidación por el tratado de la Haya** que les reconoce los conocimientos adquiridos para trabajar en empresas de la Unión Europea.



Becas

Desde **IEDGE Business School** apoyamos a la **CIAJ**...

Con el fin de apoyar el desarrollo emprendedor, la excelencia profesional y académica, **IEDGE Business School** tiene firmado convenios con diferentes Instituciones y Fundaciones en Europa y América para la **concesión de BECAS -100% a los asociados a la CIAJ**.

Nota: Se aplicarán gastos de inscripción.

Consiga una
de las 100
BECAS del **100%**

Para más información, escriba a

Laura.Rodriguez@iedge.eu.



Empresas

IEDGE Business School cuenta con la confianza de empresas internacionales a las que se ha formado, se tienen acuerdos y se está realizando una política activa de **partnerships**.

Google

facebook

mediara
the crossmedia company

movistar

ORACLE

Santander

INDITEX

BBVA

Tradedoubler

tripadvisor

amazon.com

Real Madrid

MERCADONA
SUPERMERCADO DE CONSUMO

CANAL PANDA

AMC

HISTORY

bing

LinkedIn

Alibaba.com

YouTube



ebay

A&E

ODISEA

Discovery CHANNEL

CARAT

groupm

media contacts

OMD

ATRAPALO.COM

VIAJES
El Corte Inglés

eDreams

Liberty Seguros

MAPFRE Allianz



Coca-Cola

Heineken

Networking & Alumni

IEDGE Business School tiene una red de alumni (antiguos alumnos) en toda América y Europa.

Ventajas de los Alumni

En **IEDGE Business School** cuidamos y mantenemos una red extensa de Alumni en todos los países de América y los más importantes de Europa. Una vez finalizado el programa, cada alumni tiene un acceso a unos servicios internacionales :

- ▶ **Plan de formación continuo:** Una vez termine sus estudios tendrá acceso a contenidos actualizados de su programa formativo y otras áreas que Ud. Seleccione.
- ▶ **Bolsa de Trabajo y Apoyos a Emprendedores:** Tendrá acceso a una bolsa de trabajo internacional en su área de interés. O si es emprendedor, puede optar a nuestra red de business angels y apoyo empresarial a nuevos proyectos .
- ▶ **Becas de estudios permanentes:** Además tendrá una beca permanente en todos los programas sin caducidad en el tiempo.
- ▶ **Networking internacional:** Somos más de 5.000 alumni en más de 20 países.





Laura Rodríguez

Admisiones

Laura.Rodriguez@iedge.eu



+34 684 214 635

www.iedge.eu

España · México · USA · Colombia · Canada · Peru · Guatemala · Ecuador · Panamá · Costa Rica · Honduras · Bolivia · Paraguay · Uruguay · Argentina · Brazil · Nicaragua · Chile