

UNTREF

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

UNTREF

VIRTUAL

CURSO: **E-COMMERCE**

Modalidad a Distancia

Creación. Diciembre de 2020

1. IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

Designación: Curso de E-Commerce

Modalidad: a distancia.

Nivel académico: Curso de extensión.

Duración del plan de estudios: 1 mes, 30 horas reloj.

Tipo de plan de estudios: Estructurado. A término.

2. FUNDAMENTACIÓN

Fundamentación del curso:

La transformación digital del mundo es una inmejorable oportunidad estratégica de incorporar las nuevas herramientas que provee la tecnología, y a su vez nuevas dinámicas que permitan que el negocio sea más rentable y traiga nuevas oportunidades. El curso abordará las herramientas para transformar los negocios tradicionales a emprendimientos de E-Commerce aptos para el entorno digital.

Fundamentación de la modalidad a distancia

Esta modalidad de curso a distancia trasciende barreras geográficas y permitirá a un público amplio con conexión a Internet: acceder a contenidos de calidad y bibliografía actualizada, contar con material multimedia e interactuar con un docente en clases semanales, autoadministrando el tiempo dedicado a su formación.

3. OBJETIVOS DEL CURSO

- Desarrollar habilidades de comunicación y marketing digital necesarias para transformar un negocio o emprendimiento al paradigma digital
- Identificar oportunidades necesarias para promocionar servicios a través de estrategias digitales
- Medir, analizar e interpretar los resultados de las acciones llevadas a cabo para garantizar una transformación exitosa del negocio al mundo digital

4. ALCANCES DE LA CERTIFICACIÓN

- Analizar la plaza digital y los modelos de negocios en línea
- Producir un plan de transformación de los negocios al mundo digital

- Diseñar e implementar estrategias digitales exitosas que ayuden a la transición digital de una empresa o emprendimiento
- Asesorar profesionalmente en todo lo referente al comercio electrónico a empresas y organizaciones tradicionales

5. DESTINATARIOS

El curso está destinado a Estudiantes, profesionales e interesados en la Comunicación, el Marketing y la Administración de Empresas, y asimismo a dueños de negocios, pequeños empresarios y emprendedores y microemprendedores.

6. REQUISITOS DE ADMISIÓN

Poseer título de nivel medio o polimodal en cualquiera de sus modalidades, otorgado por instituciones reconocidas de gestión oficial y/o privada.

7. RÉGIMEN DE CURSADA

La cursada consistirá en un total de 4 clases de 1 hora cada una, que se dictarán una vez por semana durante 4 semanas. Se incluirá material audiovisual, ejercitación práctica y bibliografía obligatoria y recomendada.

Para la aprobación del curso, se requerirá la elaboración de un trabajo final integrador.

8. PLAN DE ESTUDIOS

Nombre de la actividad	Régimen de cursada (cuatrimestral, bimestral, mensual)	Carga horaria semanal	Carga horaria total
1. Plan de acción, Plan Estratégico en PyMES I	Semanal	7,5 horas	7,5 horas
2. Plan de acción, Plan Estratégico en PyMES II: ¿Cómo lideran los mejores líderes?	Semanal	7,5 horas	7,5 horas
3. Herramientas de Análisis Interno y Posicionamiento	Semanal	7,5 horas	7,5 horas
4. E-Commerce y las Redes Sociales	Semanal	7,5 horas	7,5 horas
Carga horaria total	30 hs		

DOCENTES

Prof. Rodrigo Arias (Coordinador); Pablo Mazzini y Nahuel Robledo (Docentes)

9. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ACTIVIDADES**1. Plan de Acción, Plan estratégico en PyMES I**

Estrategia y plan de acción
Plan Estratégico en Pymes

2. Plan de Acción, Plan estratégico en PyMES II: La visión latinoamericana ¿Cómo lideran los mejores líderes?

La Visión Latinoamericana
¿Cómo lideran los mejores líderes?

3. Herramientas de Análisis Interno y Posicionamiento

Análisis FODA
Posicionamiento y estrategias de posicionamiento en el mercado
Posicionamiento de marca y de producto
¿Cómo ser “top of mind”?
Análisis de la competencia

4. E-Commerce y las Redes Sociales

E-Commerce y la transición al mundo virtual/digital
¿Qué hacemos en línea? Un vistazo a los consumos culturales digitales
Las cifras del comercio electrónico
Cómo subirse al tren del comercio en línea
El Caso Mercado Libre y otras Plataformas de Comercio Electrónico
Los límites de la economía compartida y qué es posible monetizar y vender