



**UNIVERSIDAD
DEL INTERNET.COM**
FUNDADORES FORMANDO FUNDADORES



TE DAMOS TODAS LAS HERRAMIENTAS
PARA TRIUNFAR EN LOS
NEGOCIOS POR INTERNET

MASTER DE ALTA
ESPECIALIZACIÓN EN
**COMERCIO
ELECTRÓNICO
Y MARKETING DIGITAL**
CUARTA EDICIÓN

FICHA TÉCNICA

Sesiones	:	32 Sesiones de 4 horas c/u
		Duración total: 128 horas en 4 meses
Frecuencia	:	Martes y Jueves
Horario	:	De 6:30pm a 10:30pm
Modalidad	:	PRESENCIAL

¿A QUIÉNES VA DIRIGIDO?	BENEFICIOS EXCLUSIVOS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Empresarios y responsables de nuevos negocios. ▪ Gerentes interesados en desarrollar estrategias digitales e innovar como Startups. ▪ Webmasters y Responsables de Comercio Electrónico. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ El único programa que brinda metodologías 100% prácticas enseñadas por los mejores representantes del comercio electrónico en el país. ▪ Doble Certificación con el respaldo académico de UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES y CÁMARA PERUANA DE COMERCIO ELECTRÓNICO®. ▪ Preparación para la certificación de GOOGLE ADWORDS™ y becas CISCO ACADEMY™ ▪ Registro en exclusiva Bolsa de trabajo de especialistas en estrategia digital. ▪ Conocimientos claves para empezar una exitosa carrera como Consultor Ebusiness.

¿QUÉ VAS A APRENDER?

MÓDULO 1: PENSAMIENTO DIGITAL – INTRODUCCIÓN A LOS NEGOCIOS POR INTERNET

SESIÓN 1

PANORAMA DE INTERNET EN EL PERÚ Y LA REGIÓN

MENTOR: Helmut Caceda –CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Comercio electrónico: Nuevas perspectivas y tendencias 2017
- Tema 2** ¿Por qué emprender en Internet y cómo lograr impactos positivos en la sociedad?
- Tema 3** Pitch Fire: Presentación de participantes y proyectos a trabajar
- Tema 4** Team Building y asignación de roles de trabajo

SESIÓN 2

B2C ECOMMERCE MARKETING CONCEPTS

MENTOR: Fernando Cruz – Business Manager EASY TAXI.

- Tema 1** Ecommerce: Tipos de Ecommerce y modelos de negocio más conocidos.
- Tema 2** Análisis de plataformas de Ecommerce disponibles en el mercado.
- Tema 3** Los DO's and DON'Ts para cada etapa de la navegación en una tienda Online
- Tema 4** Plataformas de pago disponibles y Proceso de e-fulfillment

SESIÓN 3

EL EBUSINESS PLAN: Del Modelo al plan de negocios

MENTOR: Helmut Caceda –CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** ¿Por qué el PLAN DE NEGOCIOS tradicional no funciona para una Startup?
- Tema 2** Elementos claves de un “Ebusiness plan” ganador.
- Tema 3** El Elevator Pitch: Guía para organizar y presentar tu idea de negocio a un inversionista
- Tema 4** Introducción al Diseño de modelo de negocios

SESIÓN 4

TALLER DE INNOVACIÓN CON LEAN CANVAS UX

MENTOR: Helmut Caceda –CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Introducción a la Innovación estratégica.
- Tema 2** Design Thinking como motor de la Innovación.
- Tema 3** Introducción al LEAN UX y experiencia del usuario
- Tema 4** Propósito, Necesidades, Motivadores y variables de innovación.

MÓDULO 2: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO (UX)

SESIÓN 5

HERRAMIENTAS DE DESIGN THINKING PARA DESARROLLAR VALOR AL CLIENTE
MENTOR: Luis Augusto – CEO Fundador ARTEMANIFIESTO.COM

- Tema 1** Customer Validation fundamentals
- Tema 2** Taller práctico *CUSTOMER DEVELOPMENT CANVAS*
- Tema 3** Introducción al diseño de modelo de negocios
- Tema 4** Taller práctico *BUSINESS MODEL CANVAS*

SESIÓN 6

HERRAMIENTAS DE DESIGN THINKING PARA DESARROLLAR VALOR AL CLIENTE
MENTOR: Luis Augusto – CEO Fundador ARTEMANIFIESTO.COM

- Tema 1** Presentación de *VALIDATION BOARD*
- Tema 2** Taller práctico de Validation Board
- Tema 3** Get out of the building
- Tema 4** Conclusiones y mejores prácticas

SESIÓN 7

USABILIDAD Y COMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO EN NUESTRA WEB (UX)
MENTOR: Germán Martínez – CEO FUNDADOR LUCUMALABS.COM

- Tema 1** Usuarios: Diseñando para seres humanos.
- Tema 2** Experiencia: Pensando más allá de un sistema.
- Tema 3** Usabilidad: Conceptos básicos.

SESIÓN 8

USABILIDAD Y COMO MEJORAR LA EXPERIENCIA DEL USUARIO EN NUESTRA WEB (UX)
MENTOR: Germán Martínez – CEO FUNDADOR LUCUMALABS.COM

- Tema 1** Tópicos de usabilidad y experiencia del usuario
- Tema 2** Explorando la aplicación de conceptos de usabilidad y UX
- Tema 3** Taller de UX: Definición de funcionalidad y creación de wireframes.

MÓDULO 3: DESARROLLO DEL PLAN DE MARKETING DIGITAL: CÓMO ATRAER Y CAPTURAR PROSPECTOS COMERCIALES

SESIÓN 9

INTRODUCCIÓN AL PERFORMANCE MARKETING: MARKETING DIGITAL BASADO EN RESULTADOS

MENTOR: Helmut Caceda –CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Los KPIs y métricas que le deben importar a un Gerente
- Tema 2** Inbound Marketing: Estrategias para diseñar un flujo de captación y fidelización de clientes
- Tema 3** Buenas y malas prácticas de diseño UX para un sitio Web.
- Tema 4** Facebook para negocios: El rol del Social Media Manager

SESIÓN 10

GOOGLE EDUCATION PROGRAM FUNDAMENTALS

MENTOR: Helmut Caceda –CEO Presidente Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Aprendiendo a pensar como GOOGLE® para atraer a las personas que buscan lo que vendo
- Tema 2** Buenas prácticas SEO y Landing Page
- Tema 3** Subasta, Nivel de Calidad y el Ranking del Anuncio
- Tema 4** Mi primera campaña de Google Adwords™

SESIÓN 11

PLANIFICACIÓN DE MEDIOS ONLINE I

MENTOR: Miguel Cachay | CEO ADDCONSULTA

- Tema 1** ¿Por qué un plan de medios Online?
- Tema 2** Briefing de Medios Online
- Tema 3** Estrategias de campaña
- Tema 4** Estrategia de Compra/Resoluciones tácticas de medios Online

SESIÓN 12

PLANIFICACIÓN DE MEDIOS ONLINE II

MENTOR: Miguel Cachay | CEO ADDCONSULTA

- Tema 1** Definiendo las variables básicas de una planificación de medios Online
- Tema 2** Taller de planificación de medios Online
- Tema 3** Creación de una campaña en Facebook® y LinkedIn®

MÓDULO 4: ESTRATEGIAS EFECTIVAS DE GROWTH HACKING PARA GENERAR TRÁFICO ORGÁNICO

SESIÓN 13

ESTRATEGIAS PARA DISEÑAR UNA CAMPAÑA DE EMAIL MARKETING PODEROSA
MENTOR: Jonathan Montoya – Country Manager Emblue

- Tema 1** Necesidad del Email Marketing en la Estrategia digital.
- Tema 2** Segmentación de contactos por grupos de interés.
- Tema 3** Buenas prácticas email Marketing. Deliverability
- Tema 4** Taller de creación de una campaña Online de email marketing

SESIÓN 14

FACTORES CLAVES DE MEDICIÓN DE RENDIMIENTO Y DESEMPEÑO DE UN SITIO ECOMMERCE.
MENTOR: Duilio Botetano – Sub Gerente Comercial Perú Atentus

- Tema 1** Disponibilidad y desempeño Web y cómo influye en la experiencia del usuario
- Tema 2** Factores y requisitos de un sistema Web Ecommerce. Análisis de caso.
- Tema 3** Herramientas de medición: Monitoreo sintético, pruebas de carga y estrés.
- Tema 4** Presentación y análisis de casos reales de medición de rendimiento y desempeño Web.

SESIÓN 15

INTRODUCCIÓN AL GROWTH HACKING
MENTOR: Domingo Seminario – CEO FUNDADOR JOINNUS

- Tema 1** ¿Qué es Growth hacking?
- Tema 2** Ejemplos y casos conocidos de éxito
- Tema 3** ¿Cómo iniciar una estrategia de Growth hacking en mi Web?
- Tema 4** Canales y embudos

SESIÓN 16

PLANIFICANDO MI ESTRATEGIA GROWTH HACKING
MENTOR: Domingo Seminario – CEO FUNDADOR JOINNUS

- Tema 1** Definición de objetivos
- Tema 2** Conociendo al usuario persona
- Tema 3** Taller.- Desarrollando mi estrategia de Growth Hacking

MÓDULO 5: ESTRATEGIAS DE ANALÍTICA WEB Y CRM PARA MEDIR Y FIDELIZAR CLIENTES

SESIÓN 17

E-CRM Y ESTRATEGIAS DE MARKETING RELACIONAL
MENTOR: Carmen Vargas - 1to1 Consulting

- Tema 1** CRM: definición e importancia
- Tema 2** CRM y fidelización de clientes
- Tema 3** CRM vs eCRM
- Tema 4** Propuesta de valor del eCRM
- Tema 5** Implementación de estrategia eCRM

SESIÓN 18

INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB
MENTOR: Miguel Cachay | CEO ADDCONSULTA

- Tema 1** ¿Qué es la analítica Web?: Framework de análisis
- Tema 2** Técnicas de investigación: test de usuarios, BenchMarking, CardSorting, heatmaps, clickstream
- Tema 3** Seguimiento de objetivos y KPI's: Generación de dashboards
- Tema 4** Optimiza tus resultados: Optimización de landing page, A/B Testing y test multi variante

SESIÓN 19

ESTRATEGIAS EFECTIVAS PARA LA MEDICIÓN DE RESULTADOS DE UNA CAMPAÑAS ONLINE
MENTOR: Miguel Cachay CEO ADDCONSULTA

- Tema 1** ¿Qué tipo de Campañas Online pueden ser medidas por medio de Google Analytics?
- Tema 2** Crear y activar una cuenta de Google Analytics
- Tema 3** Vinculación de Google AdWords y Google Analytics
- Tema 4** Monitoreo de usuarios y su comportamiento en la Web

SESIÓN 20

ESTRATEGIAS EFECTIVAS PARA LA MEDICIÓN DE RESULTADOS DE UNA CAMPAÑAS ONLINE
MENTOR: Miguel Cachay | CEO ADDCONSULTA

- Tema 1** Análisis e interpretación de reportes asociados a campañas: Principales KPIs.
- Tema 2** Configuración de Goals & Funnels en Google Analytics
- Tema 3** Generación de Dashboards en Google Analytics para el monitoreo de campañas.
- Tema 4** Monitoreo de conversiones y Embudos Multicanal.

MÓDULO 6: EL PROCESO DE COMPRA/VENTA ONLINE: ESTRATEGIAS Y MÓDULOS IMPRESCINDIBLES

SESIÓN 21

ESTRATEGIAS PARA LANZAR MI PROYECTO ECOMMERCE
MENTOR: Fernando Cruz – Business Manager EASY TAXI

- Tema 1** El Nuevo Consumidor Peruano
- Tema 2** La propuesta de valor: Diseñando una estrategia diferenciadora
- Tema 3** Planificando el lanzamiento: Do's and Don'ts
- Tema 4** Los KPIs más importantes en una estrategia Ecommerce

SESIÓN 22

INBOUND MARKETING: ESTRATEGIAS DE MARKETING DE CONTENIDOS PARA MAXIMIZAR LA CONVERSIÓN
MENTOR: Fernando Cruz – Business Manager EASY TAXI

- Tema 1** Tendencias de marketing de contenido para el 2017
- Tema 2** Introducción al Inbound marketing
- Tema 3** Tipos de contenidos para el embudo de conversión
- Tema 4** El Plan de Inbound Marketing para el éxito de tu proyecto Ecommerce

SESIÓN 23

ASESORAMIENTO TECNOLÓGICO PARA EL ANÁLISIS DE PLATAFORMAS DE PAGOS ONLINE
MENTOR: Rafael Hospina Ossio - Country Manager Panamá, Perú y Chile PAYULATAM

- Tema 1** Principales medios de pago en línea en la región.
- Tema 2** Barreras culturales y reales de los pagos en línea en nuestra región.
- Tema 3** Costos en la instalación de las formas de pago en línea.
- Tema 4** Guía práctica para planificar un Webstore de confianza (Checklist)

SESIÓN 24

ESTRATEGIAS EFECTIVAS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN PARA E-COMMERCE (E-FULFILLMENT).
MENTOR: Fernando D'alesio – CEO JUNTOZ, CO FUNDADOR LINIO PERÚ

- Tema 1** Transporte y logística aplicada al Comercio Electrónico.
- Tema 2** Conocimiento y manejo de proveedores.
- Tema 3** Aprovisionamiento, almacenamiento, logística de envío y logística de devoluciones.
- Tema 4** Principales características y aplicaciones en distribución de productos virtuales.
- Tema 5** La importancia del Tracking vía internet y Soporte Post-venta

MÓDULO 7: MOBILE COMMERCE: ESTRATEGIAS PARA ATRAER AL CONSUMIDOR MÓVIL

SESIÓN 25

MODELOS DE NEGOCIO PARA APLICACIONES MÓVILES

MENTOR: Fernando D'alessio – CEO JUNTOZ, CO FUNDADOR LINIO PERÚ

- Tema 1** Panorama del mercado de aplicaciones móviles en Perú y Latam
- Tema 2** Campos de aplicación de las tecnologías móviles
- Tema 3** Principales modelos de negocio para aplicaciones móviles
- Tema 4** Cómo ganan dinero las aplicaciones y juegos para móviles

SESIÓN 26

ESTRATEGIAS MÓVILES PARA ATRAER AL USUARIO MULTISCREEN

MENTOR: Fernando Cruz - Business Manager EASY TAXI

- Tema 1** La importancia del m-marketing
- Tema 2** Definición de la estrategia mobile
- Tema 3** Canales mobile: Anunciando en Facebook y Google (Mobile App Ads) (Configuración del App, Diseño del anuncio, Targeting, Presupuesto y Lanzamiento)
- Tema 4** Medición y optimización de la campaña

SESIÓN 27

LA REVOLUCIÓN MOBILE

MENTOR: Rafael González-Otoya - CEO NETDREAMS.PE

- Tema 1** El ecosistema mobile
- Tema 2** El mundo iOS, Android y otros sistemas operativos
- Tema 3** Casos de éxitos de campañas mobile

SESIÓN 28

MARKETING MOBILE: INTEGRANDO MOBILE A TU ESTRATEGIA DIGITAL

MENTOR: Rafael González-Otoya - CEO NETDREAMS.PE

- Tema 1** Mobile no son solo Apps: Análisis de Webs Mobile
- Tema 2** Micromentos
- Tema 3** Mapa de Ciclo de Vida del cliente: Customer Journey Map
- Tema 4** ASO, KPIs y Herramientas Mobile

MÓDULO 8: TALLER DE CERTIFICACION DE GOOGLE ADWORDS™

SESIÓN 29

CONFIGURACIÓN AVANZADA DE LAS CAMPAÑAS EN ADWORDS

MENTOR: Emil Rios | Director de estrategias digitales Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Estrategias específicas para la red de búsquedas y la red de contenidos
- Tema 2** Creación de una campaña de Google Adwords™
- Tema 3** Selección y optimización de las palabras clave (keywords)
- Tema 4** Inserción dinámica de palabras clave (DKI).

SESIÓN 30

HÁBLALE A TUS CLIENTES POTENCIALES DE MANERA MÁS RELEVANTE

MENTOR: Emil Rios | Director de estrategias digitales Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Herramientas Avanzadas de AdWords™
- Tema 2** El Remarketing: Tipología y estrategias.
- Tema 3** Creación de listas y de campañas de Remarketing.
- Tema 4** Remarketing dinámico.

SESIÓN 31

CREACIÓN DE CAMPAÑAS DE ANUNCIOS GRÁFICOS: LA RED DE DISPLAY

MENTOR: Emil Rios | Director de estrategias digitales Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Definición e Interacción entre la Red de Display y la Red de Búsqueda.
- Tema 2** Formatos y características de anuncios para la Red Display.
- Tema 3** Estrategias de oferta para Display: CPM, CPC, ECPM (CPM Efectivo) y CTR relativo.
- Tema 4** Youtube: Adwords para Video, ¿Cuándo y cómo usarlo?

SESIÓN 32

EXAMEN DE CERTIFICACIÓN GOOGLE ADWORDS™

MENTOR: Emil Rios | Director de estrategias digitales Cámara Peruana de Comercio Electrónico

- Tema 1** Repaso general
- Tema 2** Examen para obtener la certificación (120')

PRESENTACIÓN DE PROYECTOS FINALES



El proyecto final es la puesta en práctica de todos los conocimientos teóricos aprendidos durante el programa, aplicados a una iniciativa de e-commerce real, que gracias a nuestro selecto staff de mentores tendrás las herramientas para hacerlo crecer en el mercado.

Una vez finalizado se presentará ante el jurado de mentores de WWW.DOJOSTARTUP.COM, quienes elegirán los mejores proyectos y darán consejos para convertirlo en un negocio rentable y escalable, con la posibilidad de ser acelerado por **ANDES ACCELERATOR**, la aceleradora Startup de la Universidad de San Martín de Porras.