

MALLA CURRICULAR

Diplomado en Comercio Electrónico

Dirigido a:

Personas que posean alguna carrera Técnico de Nivel Superior y/o Profesional.

Trabajadores con experiencia en las áreas de comercialización, administración y marketing, desempeñándose en funciones orientadas al fortalecimiento de las estrategias de gestión y de ventas definidas por la organización, con énfasis en poder aspirar a potenciar los aprendizajes y conocimientos en el ámbito del comercio electrónico.

Personas que cuenten con Licencia de Enseñanza Media otorgada por algún establecimiento de educación chilena o bien, hayan validado sus estudios en nuestro país.

Personas con interés por perfeccionarse en las áreas del Marketing y el Comercio Electrónico en la gestión estratégica de una organización o empresa determinada.

Profesionales que trabajen en el área de marketing digital; comercialización; ventas y gestión comercial en una organización o empresa.

Duración diplomado:
140 horas cronológicas distribuidas en 14 semanas, con una carga de 10 hrs. por semana.

Modalidad de estudio:
100% online



INSTITUTO PROFESIONAL
IACC ACREDITADO
■ NIVEL AVANZADO
■ GESTIÓN INSTITUCIONAL
■ DOCENCIA DE PREGRADO
4 Años (junio 2026)

POR QUÉ ELEGIR estudiar en IACC

En IACC contamos con un servicio de acompañamiento único para nuestros estudiantes, compuesto por grandes profesionales que trabajan día a día con el objetivo de lograr una formación excepcional y desarrollar las competencias necesarias para ofrecer profesionales de excelencia en el mundo laboral.

- **Tutores de Inducción:** orientan a los estudiantes en sus inicios.
- **Consejeros Estudiantiles:** los guían durante toda su formación profesional, hasta el término de sus estudios.
- **Docentes:** vinculados al mundo laboral.
- **Unidad Socioafectiva:** un servicio que les brindará ayuda cuando esté en riesgo su avance académico.

Diplomado en Comercio Electrónico

Descripción del diplomado

La transformación digital es hoy, uno de los principales pilares en la gestión estratégica y comercial de las empresas y organizaciones, razón por la cual se hace relevante y necesario fortalecer el perfeccionamiento en aquellas áreas de índole digital por medio de las cuales una organización, empresa o persona, podría aportar al desarrollo estratégico de su gestión en el entorno.

Hablar de comercio electrónico es, definir las metodologías, estrategias y acciones, por medio de las cuales una organización, empresa o persona puede desarrollar las acciones de comercialización, difusión, promoción y ventas directamente a través de medios electrónicos y digitales, con uso y conexión a internet. Lo anterior, permitiéndole incrementar la presencia en los medios, con la posibilidad de ir atendiendo nuevas necesidades y desafíos en el ámbito del consumo de un mercado.

Es importante comprender que, desde el ámbito comercial, las organizaciones y empresas deben ser capaces de fortalecer el relacionamiento que deben tener con el entorno, no sólo con la finalidad de incentivar el consumo de sus productos y/o servicios, sino que además, de mantener un contacto estrecho y estratégico con sus clientes, razón por la cual, a través del ámbito del comercio electrónico, podrá reconocer cuáles son las principales acciones y estrategias claves para lograr este propósito.

El Diplomado en Comercio Electrónico abordará, desde una perspectiva comercial y estratégica, diferentes herramientas y mecanismos de comercialización digital que se encuentran disponible en la web y que, por lo demás, facilitará la adopción de estrategias para conducir el proceso de comercialización de su negocio, de manera efectiva, eficiente y rentable. A lo largo del programa, se les proporcionará experiencias de aprendizaje que permitirá implementar estrategias de promoción, producto, precio y distribución a través del Internet y los medios digitales, poniendo énfasis en la utilización de herramientas de difusión de alto impacto y uso, según las condiciones existentes en una organización.

Es importante señalar que a través del proceso de transformación digital y de globalización que estamos viviendo, se hace necesario fortalecer los conocimientos y las prácticas estratégicas que en el ámbito organizacional podríamos determinar para propiciar un mejor impacto en la comercialización de nuestros productos y/o servicios.

El Diplomado en Comercio Electrónico, se compone de los siguientes Módulos, éstos son:

Módulo I: Fundamentos del Marketing

Módulo II: Analizando los Nuevos Desafíos del Comercio Electrónico

Módulo III: Potenciando tu Tienda Virtual con e-Commerce

Módulo IV: Descubriendo los Modelos de Negocios Online

Módulo V: Analizando las Utilidades de las Métricas del e-Commerce
Actividad Integradora

Requisitos (Administrativos y/o Académicos)

- Licencia de Enseñanza Media.
- Copia de cédula de identidad.

Resultado de aprendizaje

Al término del diplomado, el participante será capaz de:

Diseñar una tienda virtual para fortalecer el proceso de posicionamiento de una marca, producto o servicio a través del entorno digital y electrónico de una organización o empresa, utilizando las herramientas digitales enfocadas en los modelos de negocios online de una organización.

Diplomado en Comercio Electrónico

Metodología

En consideración al modelo pedagógico IACC, el proceso de enseñanza-aprendizaje del curso de formación continua tiene por finalidad el desarrollo de un nivel de especialización ligados a las distintas áreas de desempeño laboral, que serán capaces de alcanzar al término de este. El logro de estos se mide en función al logro de los aprendizajes esperados.

Para promover los aprendizajes en el estudiante, se trabaja utilizando estrategias metodológicas y didácticas centradas en la interacción de cada participante con los contenidos dispuestos en la plataforma; con sus compañeros y el docente, quien a su vez cumple un rol motivador y de retroalimentación fundamental para la co-construcción del conocimiento.

En el caso particular de este programa de formación continua la metodología con la cual se abordan los contenidos y actividades es: a través de la resolución de problemas contextualizados en la realidad, así como en el desarrollo de estrategias activas de aprendizaje.

De acuerdo con el modelo educativo IACC, la evaluación es parte del proceso de aprendizaje, por ende, es sistemática y permanente durante el transcurso del programa de formación continua. Las actividades que realizan los participantes son evaluadas de forma modular, siendo de estas una evaluación diagnóstica al inicio del programa, dos evaluaciones formativas por módulo, con el fin de monitorear el estado de avance individual en el proceso educativo; una evaluación sumativa al finalizar cada módulo, y una actividad evaluativa integradora de cierre del programa de formación continua, cuyo fin es articular los aprendizajes adquiridos previamente con fines de producción cognitiva y profesional.

Esto, a su vez se nutrirá de la retroalimentación que el docente entrega a cada estudiante, aportando información relevante respecto de los logros obtenidos en función del aprendizaje esperado y los aspectos de mejora. Para efectos de calificación

de los participantes, el programa de formación continua tendrá un total de 100 puntos que corresponden a la nota 7,0. En cada módulo, el participante obtendrá una calificación cuyo puntaje máximo será de 10 puntos en los Módulos uno, tres y cinco; de 20 puntos en los Módulos dos y cuatro. En la última semana, que corresponderá a la evaluación integradora en donde logrará un puntaje equivalente de hasta 30 puntos, por medio de la evaluación integradora con la que concluirá el desarrollo del programa de formación antes indicado.

Requisitos de certificación

Para obtener la certificación, el participante deberá obtener una nota igual o superior a 4,0, con un nivel de exigencia del 60%. Además, es requisito obligatorio la entrega de la evaluación final.

Estructura del diplomado

El diplomado se organiza en un sistema modular que contempla lecciones semanales, siendo estos:

CONTENIDOS DEL DIPLOMADO

MÓDULO 1: FUNDAMENTOS DEL MARKETING

• APRENDIZAJE ESPERADO DEL MÓDULO:

Diferenciar el funcionamiento de los ámbitos de Marketing vinculados a los procesos administrativos y gestión de ventas comprendidos en la organización desde una perspectiva sistémica.

Lección 1: Diferenciar la función del marketing, sus factores y fundamentos dentro de una organización.

- ¿Qué es el marketing?
- Factores que influyen en el marketing.
- Fundamentos del marketing.
- Marketing uno a uno.

Lección 2: Distinguir la gestión de ventas como parte de un proceso administrativo dentro de una organización.

- Introducción a la gestión de ventas.
- Uso de la tecnología y su relación con la gestión de ventas.

MÓDULO 2: ANALIZANDO LOS NUEVOS DESAFÍOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

• APRENDIZAJE ESPERADO DEL MÓDULO:

Vincular los conceptos y herramientas del comercio electrónico relacionados con las acciones requeridas en el fortalecimiento de la presencia de una marca, producto o servicio a través de la web.

Lección 3: Describir la evolución histórica del Comercio Electrónico en el ámbito de las organizaciones y empresas.

- Historia del Comercio Electrónico.
- Evolución del Comercio Electrónico.
- Casos históricos de Comercio Electrónico.

Lección 4: Establecer las características y tipología de e-Commerce organizacional para el fortalecimiento de la presencia web de una organización o empresa determinada.

- Características del comercio electrónico.
- El ecosistema digital.
- Tipos de Comercio Electrónico.

Lección 5: Distinguir acciones y técnicas de generación de tráfico en el comercio electrónico para presencia de la marca o producto a través de la web.

- Tráfico en el Comercio Electrónico.
- Tipos de tráfico en el Comercio Electrónico.
- Las redes sociales en la generación de tráfico en e-Commerce.

CONTENIDOS DEL DIPLOMADO

MÓDULO 3: POTENCIANDO TU TIENDA VIRTUAL CON E-COMMERCE

• APRENDIZAJE ESPERADO DEL MÓDULO:

Establecer las acciones de comercio electrónico requeridas en el proceso de toma de decisiones de una organización o empresa relacionando las estrategias del diseño de tiendas virtuales con el ecosistema digital.

Lección 6: Describir principios, características y estrategias del diseño de la tienda virtual en el ámbito del Comercio Electrónico.

- ¿Qué es social media?
- ¿Quién es el community manager?
- Crisis y manejo de problemas con relaciones públicas de internet.

Lección 7: Establecer las características y herramientas del Content Management System para la implementación de una tienda virtual en el ámbito del comercio electrónico.

- Herramientas Content Management System (C.M.S)
- Casos de aplicación C.M.S.
- Tipos de tecnologías disponibles para el comercio electrónico.

MÓDULO 4: DESCUBRIENDO LOS MODELOS DE NEGOCIOS ONLINE

• APRENDIZAJE ESPERADO DEL MÓDULO:

Contrastar los principales modelos de negocios online como parte del proceso de diseño de la estrategia de comercialización de una organización o empresa, para determinar la viabilidad del comercio electrónico de la compañía.

Lección 8: Identificar la evolución histórica de los canales de ventas online para el establecimiento de un proceso de toma de decisiones en el ámbito organizacional.

- Origen de la venta en el comercio.
- Los canales de ventas.
- Composición de los canales de ventas.
- Diseño de un canal de venta online.

Lección 9: Describir tipos de modelos de negocios online considerando sus características, ventajas y desventajas para la determinación de una estrategia de comercio electrónico.

- Modelos de negocios online.
- Características de los modelos de negocios online.
- Ventajas y desventajas de los negocios online.

Lección 10: Diferenciar los modelos de Marketplace existentes en comercio electrónico para la selección de una plataforma digital de ventas en coherencia con las necesidades de la organización.

- El Marketplace.
- Tipología de Marketplace.
- Plataformas de Marketplace.

Lección 11: Comparar las características y herramientas del Comercio Electrónico y de Marketplace para la definición de un plan de comercio electrónico.

- Comparación del e-commerce y el Marketplace.
- Tipos de estrategias de promoción en e-commerce.
- Tipos de estrategias de promoción en Marketplace.

CONTENIDOS DEL DIPLOMADO

MÓDULO 5: ANALIZANDO LAS UTILIDADES DE LAS MÉTRICAS DEL E-COMMERCE

• APRENDIZAJE ESPERADO DEL MÓDULO:

Asociar las utilidades de las métricas del e-Commerce con su empleo en el diseño de las acciones de comercio electrónico que se pueden desarrollar en el ámbito comercial de una organización.

Lección 12: Vincular los tipos de modelos de negocios online considerando sus características, ventajas y desventajas para la determinación de una estrategia de comercio electrónico.

- Plataformas de los negocios online.
- Tipos de modelos de negocios online.
- Diferencias de los modelos de negocios.
- Segmentos de los modelos de negocios.

Lección 13: Relacionar las métricas con la analítica web para establecer los propósitos y alcances de una campaña digital en el comercio electrónico.

Las Métricas de evaluación del comercio electrónico.

- ¿Qué es la analítica web?
- Herramientas de analítica Web.

ACTIVIDAD INTEGRADORA

Lección 14: Diseñar una tienda virtual para fortalecer el proceso de posicionamiento de una marca, producto o servicio a través del entorno digital y electrónico de una organización o empresa, utilizando las herramientas digitales enfocadas en los modelos de negocios online de una organización.