

Diplomado en

# Gestión de e-commerce



Online Shop



Online Shopping

Sigue aprendiendo, sigue creciendo

## Índice

Descripción	02
Información general	03
Metodología	04
Contenidos	05
Profesores	09
Certificación	10
Propuesta de valor UC	11
Contacto	12

## Diplomado en Gestión de e-commerce

 Duración  
300 horas

 Modalidad  
Online Mixta

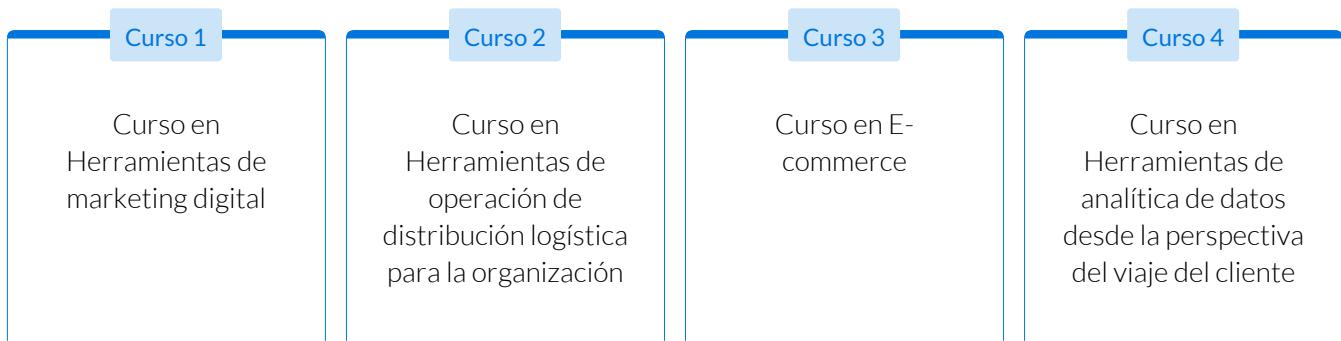
 Sence  
Cobertura: 75%

### Descripción

Las organizaciones que logran gestionar de manera eficiente el canal online podrán enfrentar de mejor forma problemáticas propias del negocio, por ejemplo, ticket promedio bajos, altos índice de abandono de carritos o bajas tasas de recompra. Entender que el error puede estar en la propia planificación y que no es sólo una externalidad parte del entorno es clave para mejorar los resultados.

Al finalizar el diplomado el estudiante podrá gestionar de manera eficiente estrategias de E-commerce utilizando conocimiento de vanguardia de los aspectos claves del marketing digital, el análisis de datos para mejorar la experiencia del usuario y conocimientos del viaje del cliente web.

### Malla académica



(\*) El orden de los cursos dependerá de la fecha en que te matricules

## ¿A quién va dirigido?

Profesionales que se desempeñan en el ámbito comercial y de marketing, empresarios y profesionales que deseen adquirir conocimientos relacionados con e-commerce, marketing digital y herramientas tecnológicas.

## Resultados de aprendizaje general

- Identificar los aspectos claves del marketing digital, el análisis de datos para la mejora de la experiencia del usuario y el viaje del cliente web.
- Diseñar sistemas de distribución logística a través del uso de herramientas analíticas y de optimización de procesos.

## Requisitos de ingreso

Se sugiere tener

- Grado académico de licenciatura, título profesional o técnico.
- Al menos 2 años de experiencia profesional en empresas u organizaciones relacionadas al área del diplomado.
- Conocimiento del idioma inglés a nivel lectura.

### Medios de pago Chile

- 12 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros diplomados y 3 cuotas tarjeta de crédito sin interés para nuestros cursos. En caso de existir interés, este será generado específicamente por su banco.
- Transferencia bancaria.

### Medios de pago Internacional

- Pago al contado a través de transferencia bancaria
- Pago en cuotas para nuestros diplomados a través de cuponera electrónica (\*)
- Pago a través de Paypal

(\*) Cuponera electrónica: Sistema de pago en cuotas, sin interés.

## Metodología 100% Online



### Aprendizaje interactivo y con acompañamiento de tutores

Contamos con una plataforma LMS que permite acceder a contenidos interactivos, participar en clases en vivo y conectarte con otros participantes desde cualquier lugar. Cada programa incluye un tutor académico que te orientará y resolverá tus dudas a través de la plataforma.

### Clases grabadas y en vivo con evaluación en línea

Cada curso incluye 6 clases online, que puedes realizar a tu ritmo y 2 sesiones en vivo por streaming, lideradas por académicos expertos. Podrás interactuar, hacer preguntas y debatir con tus compañeros. Al finalizar, se realiza una evaluación en línea con acceso a instrucciones y soporte técnico.

### Material de estudio

Desde el inicio tendrás acceso al material de estudio necesario, incluyendo clases, videos, casos, papers y más, todo disponible en línea en cualquier momento.

**Estrategias metodológicas:** Cada curso está constituido de 6 clases e-learning y 2 clases sincrónicas:

- Aprendizaje autónomo asincrónico
- Clase expositiva
- Foro formativo
- Controles formativos

**Estrategias evaluativas:** Cada curso cuenta con las siguientes actividades de evaluación formativa:

- 6 controles individuales
- 3 foros
- 1 examen
- 1 trabajo grupal

# 1

## Contenido del Curso en: Herramientas de marketing digital

Profesor: Martin Meister

### Elementos de un plan de marketing digital

- Análisis situacional (análisis del medio ambiente digital, del medio interno digital, el remix digital, análisis FODA).
- Los modelos digitales.
- Las tácticas digitales.
- Las campañas de marketing digital.

### Etapas de las campañas de marketing digital

- Fijación de los objetivos.
- Determinación de las audiencias digitales.
- Contenido y oferta.
- Selección del mix de canales digitales.
- Mecanismos de respuesta.
- Etapa de control.

### Contenido para la web

- Generación de contenido para la web.
- Los diferentes soportes para los contenidos.
- Elección del tipo de contenido.
- Los *blogs*.

### El mix de canales digitales

- El mix digital y los objetivos RACE.
- La generación de tráfico web.
- Principales tácticas para cada canal digital (*search engine optimization, search engine marketing, social media marketing, email marketing, display marketing, affiliate marketing*).

### Planificación de las actividades de marketing digital

- Determinación del presupuesto de una campaña.
- La importancia de las conversiones.
- Planificación y seguimiento de una campaña.

### Marketing digital en acción

- Ejemplo de la planificación y seguimiento de una campaña.
- Campañas de *inbound marketing*.
- Campañas de *influencers*.
- Campañas de *referral marketing*.
- Crecer aceleradamente con *growth hacking*.

## 2

Contenido del Curso en:

# Herramientas de operación de distribución logística para la organización

Profesor: Mathías Klapp

Profesor: Homero Larraín

## Fundamentos de distribución logística

- El rol de la distribución logística.
- Tipos de cadenas de distribución logística.
- Objetivos de las cadenas de distribución.
- Tipos de decisión: De lo estratégico a lo operativo.
- Importancia y costo logístico en la economía.
- Actores en el sistema de distribución logística.
- Modos de transporte.
- Recursos del sistema de transporte.
- Desafíos en las cadenas de distribución.

## Logística de última milla I

- Comparación entre cadenas de distribución.
- Planificación automatizada y algoritmos.
- Representación de una red de distribución.
- Camino más corto entre dos puntos.

## Logística de última milla II

- Diseño de rutas eficientes.
- ¿Cómo ordenar eficientemente los clientes en una ruta?

## Logística de última milla III

- El problema de ruteo de vehículos.
- ¿Cómo diseñar rutas para varios vehículos?
- Extensiones prácticas y nuevos desafíos.

## Fundamentos de transporte carga de larga distancia

- Consolidación de carga.
- Consolidación geográfica.
- Consolidación temporal.
- Centros de distribución.
- Algunos ejemplos de transporte de carga de larga distancia.

## Evaluación técnica y económica de operaciones de distribución de larga distancia

- Evaluación técnica del transporte entre dos puntos.
- Evaluación económica del transporte entre dos puntos.

### 3

## Contenido del Curso en: E-commerce

Profesor: Hernán Palacios

Profesor: Sergio Maturana

### Tendencias en e-commerce: omnicanalidad e e-commerce

- Evolución del e-commerce.
- Futuro del e-commerce.
- El futuro de la omnicanalidad en el retail.
- Tendencias y estrategias en las tiendas físicas v/s la compra online.

### Construyendo un modelo de negocio en e-commerce

- E-commerce como canal de distribución.
- Bases de un negocio de e-commerce.
- Transformación digital y modelo de negocio.
- Casos de estudio: Betterfly.

### Modelos de negocio en e-commerce

- Analizar distintos modelos de negocio en e-commerce (B2C, B2B, C2C, C2B, etc.).
- El modelo de negocio D2C (Directo al Consumidor).
- Modelo de dropshipping.
- Casos de estudio.

### Marketplace

- ¿Qué es un marketplace?
- Casos:
  - Airbnb.
  - eBay.
  - Mercado Libre.
  - Amazon.
- Tipos de marketplace.
- Desafíos de los marketplace.

### Omnicanalidad

- Cambios en el cliente omnicanal.
- ¿Qué es la omnicanalidad?
- Multicanalidad vs omnicanalidad.
- Ventajas y desventajas de la omnicanalidad.
- Elementos claves de una estrategia omnicanal.
- Casos exitosos de omnicanalidad: Sephora y Disney.
- Competencias necesarias para la omnicanalidad.

### Los desafíos del e-commerce

- Creación de marca en e-commerce.
- Estrategia de precios efectiva en e-commerce.
- Métricas para medir desempeño del e-commerce.
- E-commerce y su impacto en la cadena de valor.

## 4

Contenido del Curso en:

# Herramientas de analítica de datos desde la perspectiva del viaje del cliente

Profesora: Carolina Martínez

## Conceptualización de viaje del cliente usando analítica de datos.

- Contexto de viajes del cliente cada vez más complejos: distinción entre viaje regular y viaje digital (*canales online and offline*).
- Conceptos teóricos de marketing relacionados y métricas, entre ellos; *digital engagement*, compromiso conductual y actitudinal del cliente, calidad de la gestión de relaciones con clientes.

## Herramientas de analítica de datos desde la perspectiva del viaje del cliente

- Concepto de viaje del cliente como *data value chain*: análisis del valor de los datos bajo la perspectiva del viaje del cliente.
- Recolección y análisis de datos para la construcción de “*buyer persona*”, mapeo del viaje del cliente y mapas de grupos de interés.
- Metodología CRISP-DM (*Cross-Industry Standard Process for Data Mining*).

## Buyer persona y mapeo del viaje del cliente usando data

- Análisis de la experiencia del cliente y asociación con conceptos de marketing y *data-driven*.
- Integración de datos provenientes de distintas fuentes (clientes y operacionales)- organización de la data.
- Limpieza, transformación, agregación y reducción de datos.
- Construcción de mapa de viaje de un cliente tipo.

## Implicancias prácticas de la construcción de buyer personas y mapeo de viaje del cliente.

- Arquitectura de data operacional.
- Visión de la experiencia de servicio omnicanal.
- Aspectos clave de la gestión óptima de relaciones con clientes.

## Mapeo de grupos de interés usando data

- Análisis de grupos de interés y asociación con conceptos de marketing y data-driven.
- Integración de sistemas de información.
- Estudio de la gestión de relaciones con grupos de interés.
- Tipos de relaciones entre grupos de interés.
- Construcción de mapa de grupos de interés usando data: desde la perspectiva de la organización.

## Implicancias prácticas de la construcción de mapas de grupos de interés.

- Arquitectura de sistemas de información y base de datos generadas a través del mapeo del viaje del cliente.
- Análisis integrado de experiencia de servicio offline y online.
- Implicancias y construcción de programas de CRM (*customer relationship management*).

## Profesores



**Juan Carlos Ferrer**

Ph.D. in Management del Massachusetts Institute of Technology (MIT), Massachusetts, USA.

Jefe de programa



**Hernán Palacios**

Master in Economics, Duke University, USA.

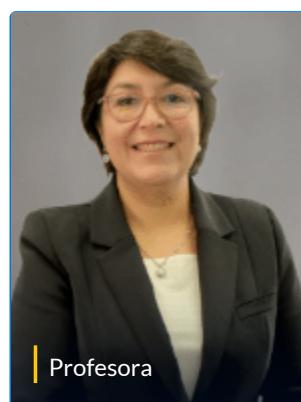
Profesor



**Sergio Maturana**

Ph.D. in Management, University of California, Los Angeles, UCLA, Los Angeles, USA.

Profesor



**Carolina Martínez**

Ph.D. in Business and Management, The University of Manchester, Reino Unido.

Profesora



**Martin Meister**

Master in Marketing Management de Boston University, Boston, USA.

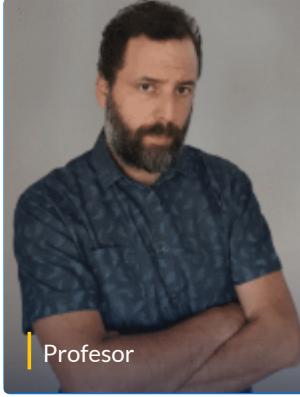
Profesor



**Mathías Klapp**

Ph.D. in Operations Research, Georgia Institute of Technology, Atlanta, USA.

Profesor



**Homero Larraín**

Doctor en Ciencias de la Ingeniería, Universidad Católica de Chile.

Profesor

## Certificación



### Insignia Digital

Al finalizar el programa, recibirás esta insignia digital, que podrás incorporar en tu CV o compartir en LinkedIn. Estas insignias detallan exhaustivamente los logros y habilidades del estudiante, proporcionando una forma moderna, precisa y verificable de documentar conocimientos en contraste con los métodos tradicionales. También podrás añadirlas a una billetera digital o integrarlas en la firma de tu correo electrónico.

### Certificado



### Diploma



Todos nuestros certificados se pueden verificar en línea

### Certificados apostillados

Una de las características más importantes de los títulos emitidos por la Pontifical Universidad Católica de Chile es que pueden ser apostillados gracias al Convenio de la Apostilla de la Haya. La Apostilla es una certificación única que permite agilizar el proceso de acreditación y certificación de títulos o documentos extranjeros en algún país miembro del Convenio de la Apostilla. Los documentos emitidos en Chile para ser utilizados en un país miembro del Convenio de la Apostilla que hayan sido certificados mediante una Apostilla, deberán ser reconocidos en cualquier otro país del convenio sin necesidad de otro tipo de certificación. La Universidad no se hace parte de la gestión de apostillarlo. Más información sobre el proceso de Apostilla.

## ¿Por qué elegirnos?

N°1

De Chile  
Ranking QS 2026

N°116

En el mundo  
Ranking QS 2026

7 AÑOS

De acreditación  
en las 5 áreas evaluadas  
por CNA

N°1

En Chile  
En solicitudes de  
patentes de invención

## Lo que nos distingue

### Profesores de clase mundial

Nuestro proceso educativo es apoyado y guiado por la excelencia, el sello y el prestigio de los académicos de la Pontificia Universidad Católica de Chile, formados en las mejores universidades a nivel mundial.

### Moderno modelo pedagógico

Contamos con una plataforma interactiva, con la última tecnología en educación a distancia, que te permitirá vivir la experiencia del aprendizaje en línea: Acceso a clases en vivo y constante interacción en foros, con académicos y tutores.

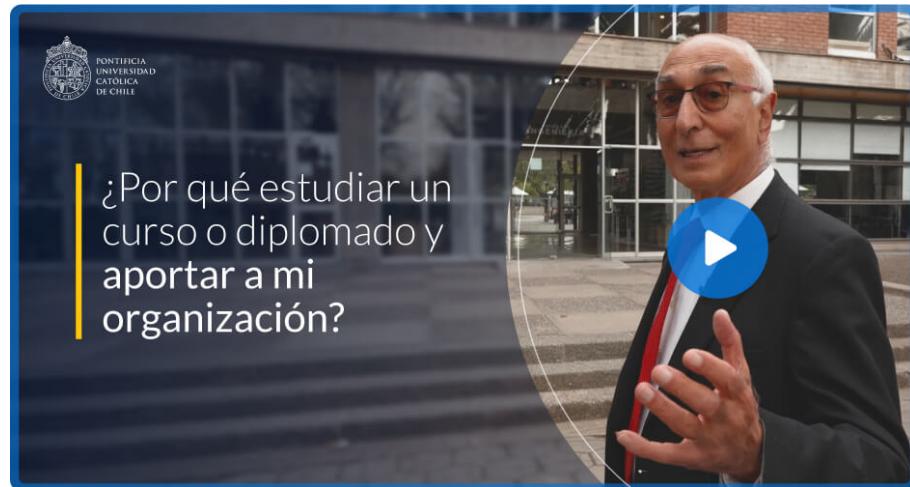
### Flexibilidad

Tenemos diversos programas académicos que impartimos con un exclusivo e innovador sistema de aprendizaje, enfocado en la flexibilidad y adaptado a tus necesidades de tiempo y espacio, permitiendo que puedas estudiar donde quieras y cuando quieras.

### Cobertura nacional e internacional

Accederás a la plataforma educativa virtual desde cualquier lugar con conectividad a internet sin importar tu ubicación geográfica.

Desarrolla el talento dentro de tu empresa



Conoce cómo impulsamos el desarrollo profesional con programas flexibles y certificados.

## Contacto



**Kristal Ulloa**  
Ejecutiva de Admisión

[kristal.ulloa@uc.cl](mailto:kristal.ulloa@uc.cl)



**Paulina Valenzuela**  
Ventas Corporativas

[pvalenzr@uc.cl](mailto:pvalenzr@uc.cl)



+569 3400 2670



[infoindustrial.ing@uc.cl](mailto:infoindustrial.ing@uc.cl)



[ingenieriaindustrial.ing.uc.cl](mailto:ingenieriaindustrial.ing.uc.cl)



# Ingeniería Industrial

Educación Continua y Postgrados