

Diplomatura en eCommerce y Marketing Digital - Turno noche

Información General

Fecha de inicio: 21/09/2026

Frecuencia: Semanal

Carga horaria por clase: 90 min

Presentación

El comercio electrónico dejó de ser una tendencia para convertirse en una de las principales formas de consumo en todo el mundo. Comprar desde el celular, recibir el pedido en casa, seguir el estado del envío en tiempo real y pagar con un solo clic: todo esto ya forma parte del día a día de millones de personas. En este contexto, las marcas compiten por algo más que vender: buscan conectar, diferenciarse y escalar de forma rentable. Argentina no se queda atrás. Con una industria digital cada vez más madura y con usuarios más exigentes, el e-commerce se expande desde grandes ciudades a rincones del país donde antes no llegaba. Cada vez más empresas ofrecen tiendas online, medios de pago digitales y soluciones logísticas de última milla. Y con ello, también crece la necesidad de profesionales capacitados que puedan liderar esta transformación. Ante este escenario desarrollamos esta Diplomatura en Ecommerce, una propuesta que combina estrategia, tecnología y marketing digital, pensada para formar perfiles listos para enfrentar los desafíos reales de este ecosistema en constante cambio. Durante la cursada vas a aprender a crear y optimizar tiendas online con plataformas como WordPress y WooCommerce, conectar campañas en Google Ads y Meta Ads con objetivos claros de conversión, analizar datos desde Google Analytics 4 y aplicar herramientas de automatización y retargeting como lo hacen las mejores marcas del mercado. Además, vas a entender cómo planificar una estrategia integral que combine creatividad, performance y experiencia de usuario, con foco en la rentabilidad. Esta diplomatura no es solo teoría: es acción, práctica, análisis de casos y trabajo con herramientas reales. Y al finalizar, vas a contar con los conocimientos necesarios para desempeñarte profesionalmente en una de las industrias con mayor demanda laboral del país y la región.

Objetivos Generales

Aprender a crear y gestionar de forma integral una presencia digital profesional para montar un sitio de comercio electrónico B2C, definir la pasarela de pagos y generar campañas publicitarias. Ejercitar las actividades necesarias para lanzar, optimizar y escalar un proyecto de e-commerce utilizando herramientas como Google Ads, Meta Ads, Google Analytics, plataformas CMS y automatizaciones, comprendiendo además los riesgos, oportunidades y desafíos del entorno digital como canal principal de comercialización.

Objetivos Específicos

- Que los alumnos diseñen anuncios efectivos y optimizados para promocionar productos y servicios en entornos digitales.

- Que los alumnos sepan interpretar informes de rendimiento y tomar decisiones basadas en datos para mejorar resultados.
- Que los alumnos optimicen el rendimiento de sus campañas comprendiendo las métricas e indicadores clave del negocio digital.
- Que los alumnos comprendan y dominen los conceptos indispensables de Meta y Google Ads y medir KPIs con Google Analytics 4.
- Que los alumnos adquieran nociones iniciales de diseño UX/UI para mejorar la experiencia de usuario en sus tiendas online.
- Que los alumnos aprendan a gestionar bases de datos de clientes, audiencias y remarketing desde sus plataformas de e-commerce.
- Que los alumnos integren su tienda online con redes sociales para el manejo de campañas publicitarias pagas y orgánicas.
- Que los alumnos comprendan cómo escalar campañas exitosas mediante herramientas de performance y business intelligence.
- Que los alumnos sean capaces de planificar, desarrollar y lanzar un proyecto integral de comercio electrónico con venta, cobro y promoción online.
- Que los alumnos incorporen técnicas y estrategias avanzadas de conversión como el remarketing, automatización, funnels y campañas por etapas.
- Que los alumnos aprendan a instalar, configurar y gestionar una tienda online con CMS como WordPress y WooCommerce.

Destinatarios

- Público en general interesado en aprender sobre herramientas como WordPress, WooCommerce, Meta Ads, Google Ads, Google Analytics 4 y estrategias digitales orientadas a resultados.
- Estudiantes avanzados o recién egresados de carreras afines que deseen adquirir herramientas prácticas y actuales para el mercado laboral.
- Community Managers, Social Media Managers y Content Managers que buscan mejorar los resultados de sus campañas y estrategias.
- Agencias de marketing, diseño o comunicación que desean ampliar su cartera de servicios con foco en performance.
- Profesionales que buscan promocionar sus servicios, captar nuevos clientes y aumentar su presencia digital.
- Responsables de e-commerce, analistas digitales y miembros de equipos comerciales que gestionan tiendas online.
- Emprendedores y freelancers que quieran lanzar y optimizar su propia tienda virtual con venta y cobro online.
- Profesionales de las áreas de Marketing, Comunicación, Publicidad y Comercio que deseen especializarse en canales digitales.

Plan de Estudios

Módulo 1: Introducción al E-commerce

- Presentación del curso y objetivos
- Introducción al Ecommerce Entrega de las consignas del Proyecto Final Integrador (PFI).
- Introducción al Ecommerce

Módulo 2: Ventas Online

- Modelos de negocio (B2C, B2B, D2C, Marketplace)
- Rol del Ecommerce Manager. Ventas Online.
- Diferencias en comercio offline y online

Módulo 3: Audiencias

- El nuevo consumidor digital: comportamiento, hábitos y tendencias.
- Estudio y clases de audiencias.
- Consumidor online expectativas y comportamiento

Módulo 4: Marketing Digital para E-commerce

- Estrategia de marketing para e-commerce
- FODA
- Estrategias y acciones de marketing digital para e-commerce

Módulo 5: Crear el negocio online

- La tienda online
- Claves de diseño
- Crear la tienda online
- El carrito de compras
- Gateway de Operaciones
- Servicio y logística de la tienda online
- Plataforma de eCommerce: TiendaNube

Módulo 6: Acciones de marketing para E-commerce

- Landing Page
- Email marketing para e-commerce
- Newsletters
- Posicionamiento SEO/SEM
- Redes Sociales

Módulo 7: Atención al cliente para E-commerce

- Atención al cliente en una tienda online
- Canales tradicionales y alternativos de atención al cliente en tu tienda online
- Herramientas para facilitar la atención al cliente online
- Cómo prevenir y gestionar las crisis en los sitios web y las redes sociales
- Atención al cliente en las redes sociales

Módulo 8: Branding digital

- Cómo utilizar el branding para fortalecer tu marca
- La importancia del logo para la identidad de tu marca
- Identidad visual de marca a través del branding

- Branding en la estrategia de marketing de redes sociales

Módulo 9: Seguridad para vender por internet

- Programa de Protección al Vendedor
- Seguridad y credibilidad en tu sitio web
- Phishing y cómo evitarlo en tu tienda online
- Aspectos legales

Módulo 10: Funnel De Conversión

- Definición de Funnel
- Métricas web

Módulo 11: Anuncios Pagos en Meta

- Introducción a Implementación de Anuncios
- Objetivos de Conversión
- Presupuesto y KPIs

Módulo 12: Plataformas y gestión del backoffice

- Introducción a plataformas de E-commerce (Tienda Nube, VTEX, Magento, WooCommerce)
- Cómo elegir la mejor plataforma según el negocio: Pyme, Startup o Corporación
- Backoffice de E-commerce: gestión de pedidos, inventario y clientes. Integraciones con ERP y CRMs

Módulo 13: Desarrollo web y experiencia del usuario

- Hosting y Dominio
- Instalación y configuración de WordPress para E-commerce
- Configuración de WordPress

Módulo 14: Templates y Landing Page

- Instalar y Personalizar un Tema
- Creación de un Child Theme
- Creación de Landing Page
- Formularios

Módulo 15: Tienda Online con WooCommerce

- Instalación y Configuración de WooCommerce
- Carga de Productos
- Configuración de Envíos
- Pasarelas de Pago - MercadoPago

Módulo 16: Redes Sociales y Google Service

- Instalación de Pixel/Api de Conversión de Meta
- Google Tag Manager
- Google Analytics

Módulo 17: Publicidad para Performance en Meta Ads & Google Ads

- Introducción a la publicidad digital para E-commerce
- KPIs Centrales
- Introducción a Growth Marketing

Módulo 18: Meta Ads para E-commerce

- Estructura de campañas (TOFU, MOFU, BOFU)
- Tipos de audiencias: Core, Custom, Lookalike
- Creatividades dinámicas y catálogo de productos
- Segmentación estratégica para campañas de conversión

Módulo 19: Google Ads para E-commerce

- Campañas Search, Display y Performance Max
- Keywords, concordancias y estructura del anuncio
- Google Merchant Center y campañas de Shopping
- Métricas clave: CTR, CPC, Quality Score, Conversion Rate

Módulo 20: Retargeting y Remarketing

- Diferencia entre retargeting y remarketing
- Audiencias de retargeting por comportamiento (sitio, carrito, producto)
- Anuncios personalizados por etapa del funnel
- Configuración en Meta Ads y Google Ads

Módulo 21: Creatividad orientada a Performance

- Piezas de alto impacto: imagen, video, carrusel, colección
- Diseño de anuncios que venden: estructura AIDA y pain points
- Tests A/B de creatividades
- Tendencias visuales y ejemplos reales

Módulo 22: Automatización y Machine Learning en Anuncios

- Campañas Advantage+ de Meta y Performance Max de Google
- Smart Bidding y reglas automatizadas
- Optimización por eventos (view content, add to cart, purchase)
- Limitaciones de la automatización: cuándo intervenir manualmente

Módulo 23: Estructura de campañas por objetivos

- Objetivos de branding, tráfico, engagement y ventas
- Funnels completos con campañas por etapa
- Relación entre presupuesto y objetivos
- Modelos de atribución en Meta y Google

Módulo 24: Métricas de Performance & Reportes

- Principales métricas de medios pagos (ROAS, CPA, CPL, LTV)
- Cómo construir dashboards para toma de decisiones
- Reportes ejecutivos y operativos
- Análisis de campañas y mejora continua

Módulo 25: Presupuestos y Planificación de medios

- Cómo definir un presupuesto mensual y por campaña
- Distribución entre Meta, Google y otras plataformas
- Estacionalidad, picos de venta y eventos clave (Hot Sale, Black Friday)
- Simuladores de inversión y proyecciones

Módulo 26: Escalado de campañas exitosas

- Señales para escalar una campaña
- Escalado horizontal y vertical
- Lookalikes avanzadas y expansión de audiencias
- Escalabilidad sin perder rentabilidad

Módulo 27: Creatividades en video para Paid Media

- Video-performance: los primeros 3 segundos
- Guión, edición y storytelling para performance
- Aspectos técnicos por plataforma (duración, ratio, formato)
- Creatividades adaptadas por audiencia y funnel

Módulo 28: Integración entre Paid Media y otros canales

- Paid Media + Email Marketing
- Paid Media + WhatsApp + SMS
- Sincronización de campañas y automatizaciones
- Experiencia omnicanal para aumentar el ROAS

Módulo 29: Business Intelligence y Google Analytics 4

- Introducción a Google Analytics 4 aplicado a E-commerce
- Configuración inicial, eventos y conversiones personalizadas
- Análisis de usuarios, sesiones, engagement y revenue
- Integración de GA4 con Google Ads y Tag Manager
- Creación de segmentos y visualización de embudos

Módulo 30: Análisis avanzado y evaluación final del curso

- Métricas clave para toma de decisiones: LTV, CAC, ROAS, frecuencia, atribución
- Modelos de atribución y su impacto en la optimización de campañas
- Lectura avanzada de audiencias y comportamiento cross-canal
- Actividad integradora: diagnóstico de una campaña real y propuesta de optimización

Módulo 31: Evaluación integradora final

- Desarrollo de Evaluación Final Integradora

Módulo 32: Recuperatorio de evaluación integradora final

- Instancia de Recuperatorio

Bibliografía

- Your Request Couldn't be Processed - Meta for Developers. (s. f.-a).
<https://developers.facebook.com/docs/meta-pixel/get-started>
- WordPress Developer Resources | Official WordPress Developer resources | Developer.WordPress.org. (2024, 16 abril). WordPress Developer Resources.
<https://developer.wordpress.org/>
- WooCommerce. (s. f.). WooCommerce.
<https://woocommerce.com/documentation/woocommerce/>
- Main page «?WordPress Codex. (s. f.). <https://codex.wordpress.org/>
- Google Ads Help. (s. f.). <https://support.google.com/google-ads#topic=10286612>
- E-Commerce Times. (2023, 18 marzo). E-Commerce Times: E-Business means business.
<https://www.ecommercetimes.com/>
- Documentaciones. (s. f.). <https://www.mercadopago.com.ar/developers/es/docs>
- CSM – Customer Service Manager Magazine. (s. f.).
<https://www.customerservicemanager.com/>
- Centro de Ayuda - Tiendanube. (s. f.). <https://ayuda.tiendanube.com/>
- Analytics help. (s. f.). <https://support.google.com/analytics#topic=14090456>
- Smarty, A. (2023, 29 abril). Practical Ecommerce | News, How to, Definitions, Guides, Examples. Practical Ecommerce. <https://www.practicalecommerce.com/>