UANDES online

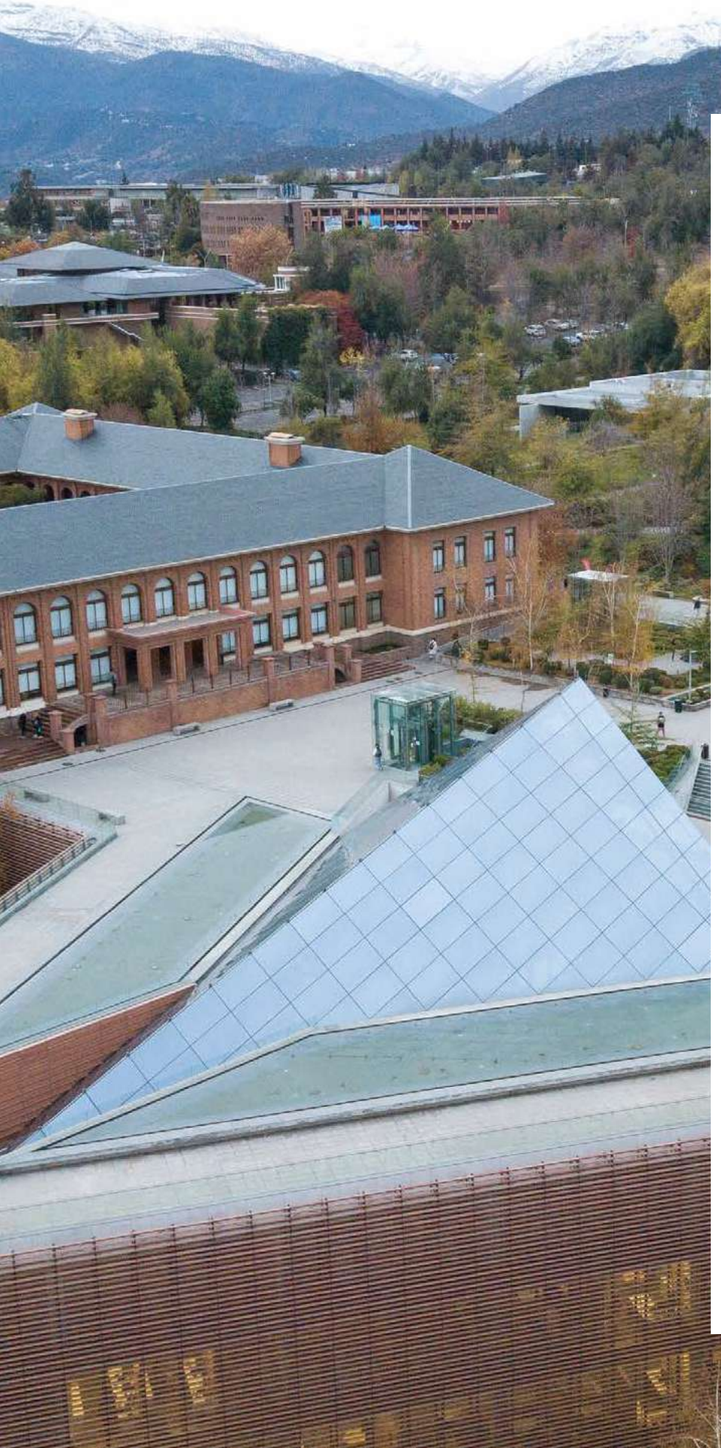
Universidad de los Andes

ADMISIÓN 2023

DIPLOMADO EN E-COMMERCE Y OMNICANALIDAD

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

> IR POR MÁS



La Universidad de los Andes fue fundada en 1989, en Santiago de Chile, por un grupo de académicos y profesionales que quisieron dar inicio a un nuevo proyecto educativo, basado en el cultivo de un saber superior, la educación integral de los alumnos, la difusión del conocimiento a la sociedad y la vocación de permanencia en el tiempo. Está acreditada por 6 años, forma parte del CRUCH (Consejo de Rectores de Universidades Chilenas) desde 2019. En 2018 la UANDES se convirtió en la primera universidad chilena en implementar el prestigioso sistema de gestión de aprendizaje CANVAS.

La Universidad cuenta con **10 Facultades**, **29 carreras de pregrado**, **más de 8.900 alumnos de pregrado**, **más de 2.100 estudiantes de postgrado**, **más de 1.600 académicos** y más de **400 programas de Educación Continua.**

Además de un proyecto institucional sólido que abarca el propósito de la Universidad: Formación Académica, Investigación, Innovación, Extensión y Vinculación con el Medio.

YAZMIN CARVAJAL RIQUELME

DIRECTORA DE DESARROLLO UANDES ONLINE

“Hoy les quiero dar la bienvenida a esta nueva etapa de sus procesos educativos, porque estamos seguros de que la educación es un hábito esencial para la formación integral de toda persona, y vehículo que nos permite alcanzar nuestro mayor desarrollo.”

La modalidad online ha llegado para establecerse como un alternativa sólida de educación continua, que nos permite enfrentar un mundo en constante cambio, que además nos desafía y nos provoca incertidumbre. Esta realidad nos insta a estar preparados para enfrentar nuevos desafíos, a mantenernos vigentes, aprovechando todas las oportunidades que se nos presentan.

La mejor forma de generar certezas es actualizándose, recibiendo herramientas que puedan ser utilizadas de manera inmediata para aumentar las capacidades que permitan mejores niveles de productividad, garantizando una posición competitiva en el mercado laboral. Como estudiantes, ustedes tienen la misión de ser agentes de cambio en cada microcontexto, cultivando el aprendizaje continuo para enfrentar cada desafío que el mundo profesional les presente.

Por último, les invito a revisar en detalle este material para informarse acerca de la metodología y contenidos que se abordarán en el diplomado.

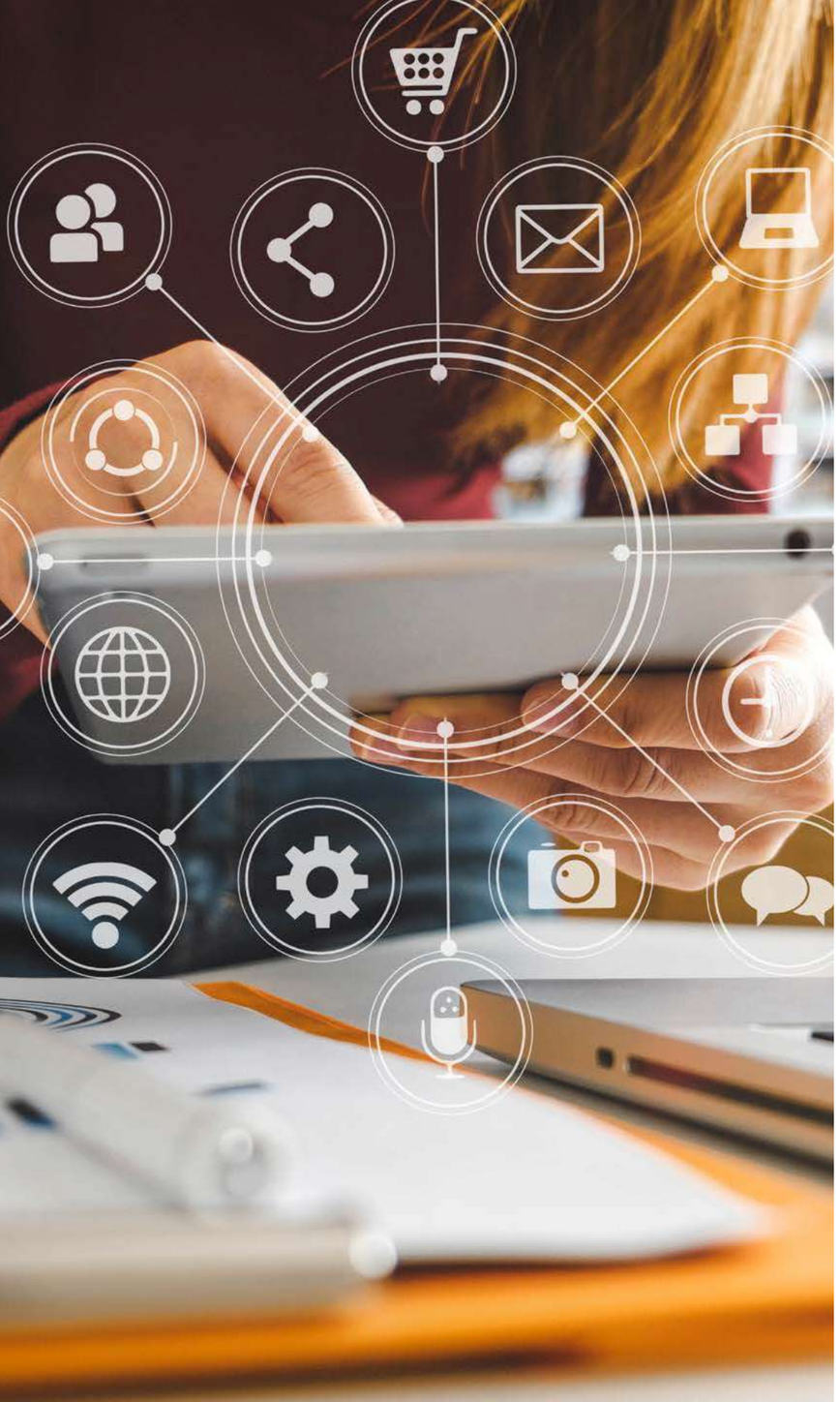
CUERPO DOCENTE DE EXCELENCIA

DESARROLLAMOS CONTENIDOS CON **LOS MEJORES ACADÉMICOS**

Cada uno de los académicos de la Universidad de los Andes es especialista en sus temáticas, con amplia experiencia en el mundo empresarial y académico. Formados en las mejores universidades de Chile y el mundo, con una visión global, diversa y completa del mundo de los negocios.

El 75% de los profesores cuenta con grado académico superior (Doctorados, Magísteres y especialidades médicas y odontológicas).

Los contenidos desarrollados están actualizados e incluyen casos con ejemplos reales conocidos a nivel nacional e internacional, que permiten crear y desarrollar criterios de negocios.



DIPLOMADO EN E-COMMERCE Y OMNICANALIDAD

Actualmente, las empresas se enfrentan a una realidad donde los clientes han ido transformando la manera en que se relacionan con ellas, comprando cada vez más productos o servicios de manera online y contactándose a través de diversos canales.

Ante esta nueva realidad, es clave contar con una eficiente gestión del negocio de e-commerce en todos sus ámbitos, es decir, con un modelo de negocios digital adecuado a la estrategia de comercio electrónico definido por la empresa, contar con una gestión integrada de canales junto con un proceso de manejo de inventario, logística, tiempos de entrega e información coordinado y eficiente.

El Diplomado en e-Commerce y Omnicanalidad surge de la necesidad de dichas organizaciones de diseñar una estrategia de negocio digital adecuada, enfocada en el cliente y su experiencia.

OBJETIVO DE APRENDIZAJE

El Diplomado en e-Commerce y Omnicanalidad tiene como objetivo aplicar estrategias de modelos de negocios de e-commerce con foco en el viaje del cliente, identificando la importancia de la omnicanalidad y la cadena de suministros en el éxito y cumplimiento de los objetivos.

RAZONES PARA ESTUDIAR ESTE DIPLOMADO

1. Podrás aplicar herramientas de los elementos y características que posee un negocio de e-commerce, con foco en el customer journey.

2. Identificarás la importancia de la omnicanalidad para el diseño de una estrategia integrada de canales que impacte positivamente tanto en la experiencia de los clientes como en los resultados de la empresa

3. Podrás poner en práctica distintas estrategias de modelos de negocios digitales que permitan tomar decisiones en ámbitos comerciales y de mercado.

4. El diplomado te permitirá aplicar planes de gestión de la cadena de suministros que permitan tomar decisiones en relación con los objetivos estratégicos de una empresa.

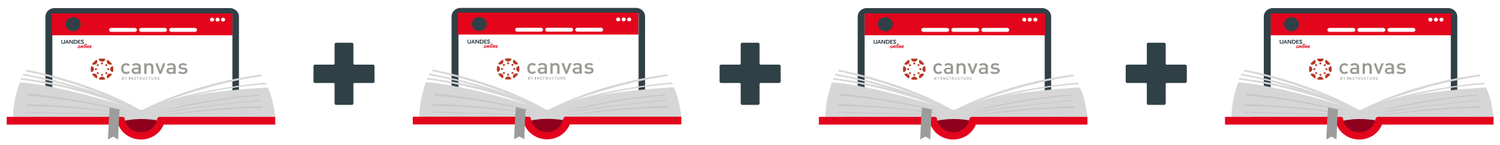
DIRIGIDO A

Personas con licenciatura, título profesional o técnico, o con 2 años de experiencia laboral, que se desarrollen en áreas comerciales, de marketing, operaciones, logística, entre otros, que desean adquirir nuevos conocimientos y habilidades para optimizar sus negocios de e-commerce, sus canales y la experiencia del cliente.

ESTUDIA A TU RITMO
DESDE CUALQUIER LUGAR

Con nuestra metodología online y semipresencial podrás estudiar a tu ritmo y desde cualquier lugar. Independiente del diplomado que escojas, cada uno de ellos está compuesto por cuatro cursos. Cada curso está compuesto de siete módulos online asincrónicos en plataforma CANVAS, junto con una clase intermedia online sincrónica con el o la docente del curso y una clase final de medio día en la Universidad de los Andes o bien, online sincrónica.

DIPLOMADO



CURSO 1 + CURSO 2 + CURSO 3 + CURSO 4

En la semana en que se publica el módulo cuatro de cada curso existe una sesión online sincrónica donde el o la docente hará un resumen de los tres primeros módulos, además de aclarar dudas y donde podrás compartir con tus compañeros. En la última clase presencial en la Universidad de Los Andes u online en vivo, podrás resolver tus dudas, compartir con tus compañeros y realizar alguna actividad que el o la docente indique, en caso de ser necesario.

7 MÓDULOS **ONLINE ASINCRÓNICOS** + **1 SESIÓN** ONLINE **SINCRÓNICA** + **1 SESIÓN** **PRESENCIAL** (MODALIDAD SEMIPRESENCIAL) O **EN VIVO - ONLINE** (MODALIDAD ONLINE)

CURSO

MÓDULO 1	MÓDULO 2	MÓDULO 3	CLASE ONLINE SINCRÓNICA	MÓDULO 4	MÓDULO 5	MÓDULO 6	MÓDULO 7	CLASE FINAL

8 semanas = 91 horas

Acompañamiento del estudiante

En tu proceso educativo contarás con un Tutor(a) y un Coordinador(a) de Servicios. El Tutor(a) responderá dudas sobre el contenido del curso, mientras que el Coordinador(a) de Servicios, responderá dudas que no sean de contenido, realizando acompañamiento y seguimiento de tu avance.

¿QUÉ SIGNIFICA EL ESTUDIO **ONLINE ASINCRÓNICO Y SINCRÓNICO?**

El estudio **online asincrónico** es un método de educación a distancia que te permite completar tus actividades de aprendizaje que no requiere conexión en tiempo real. Puedes completar tus actividades en tu propio tiempo, sin tener que sincronizar tu agenda con los demás estudiantes. Esto permite que te autorregules y controles el ritmo de tus estudios, tiempo y espacio. Te entregamos todas las herramientas necesarias y acompañamiento para que desarrolles tu aprendizaje al máximo.

El estudio **online sincrónico** es una modalidad en la que interactúas en tiempo real con el profesor y tus compañeros. Este tipo de modalidad la podrás utilizar en las clases intermedia y final de cada curso, en caso de que no puedas asistir a dichas clases, estas quedarán en la plataforma para su posterior utilización de manera asincrónica.

CONTENIDO ACTUALIZADO
CON LOS MEJORES DOCENTES

ACTIVIDADES Y FOROS

MATERIAL DESCARGABLE
DE CONTENIDOS

VENTAJAS DE CANVAS

CANVAS ofrece una variedad de herramientas y características que te ayudarán a completar con éxito el curso, entre ellas, tiene la capacidad de agregar contenido multimedia como imágenes, videos y presentaciones. Esto te permite mantener el interés y compromiso con los contenidos.

Así mismo, proporciona herramientas de colaboración como foros, grupos, mensajería instantánea y comentarios, para ayudarte a trabajar junto a tus compañeros y compañeras de forma más eficiente.

Algunas de las universidades más prestigiosas del mundo que utilizan CANVAS son el MIT, la Universidad de Harvard, la Universidad de Stanford, la Universidad de Oxford y la Universidad de Cambridge, entre otras.

IMÁGENES

TEXTOS

VIDEOS

MATERIAL DESCARGABLE

DIPLOMADO E-COMMERCE Y OMNICANALIDAD

CURSOS QUE COMPONEN EL DIPLOMADO

Supply Chain Management

Negocios eCommerce

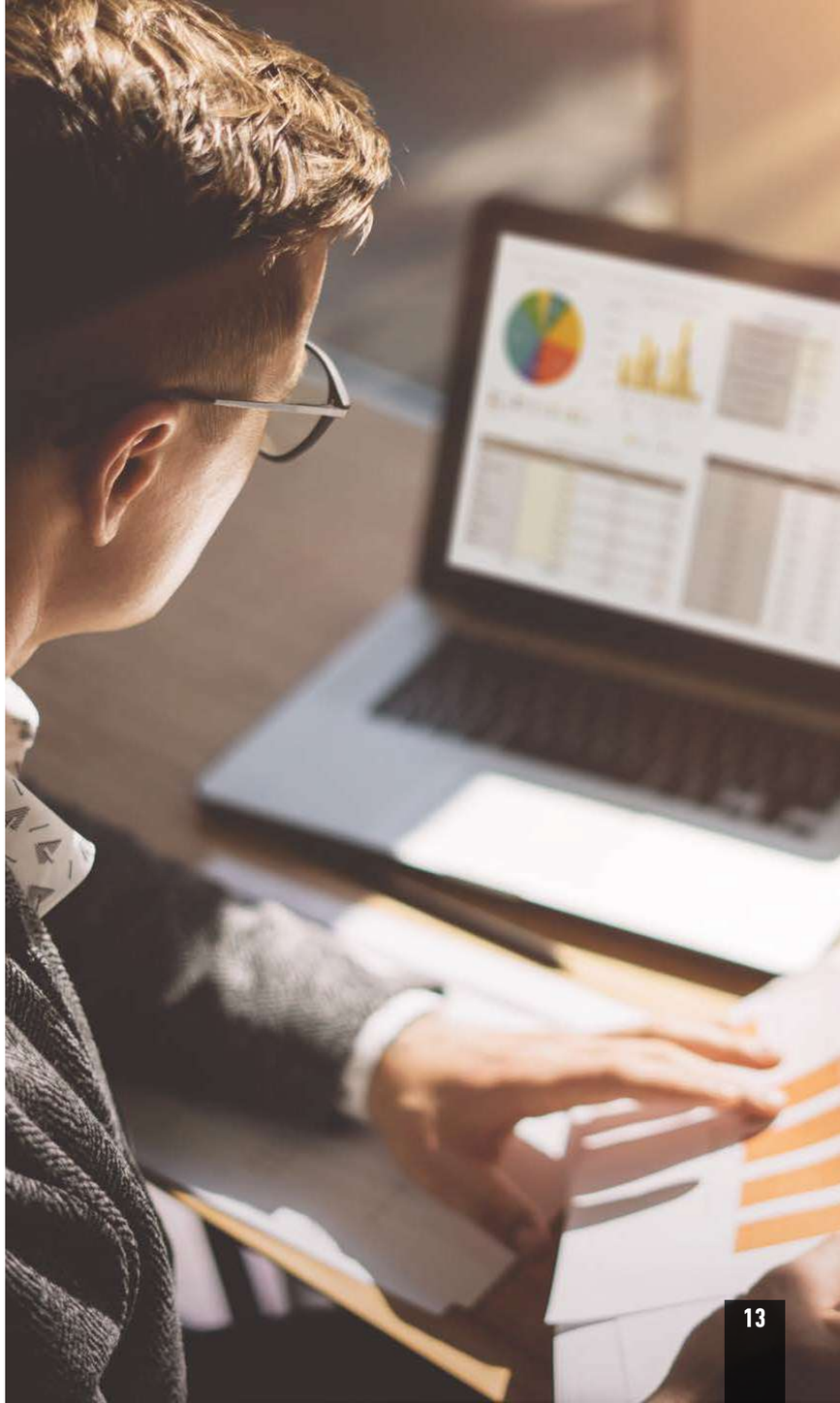
Omnicanalidad

Digital Business Model

DIGITAL BUSINESS MODEL

Los alumnos tendrán una aproximación general a la forma de crear un modelo de negocio sostenible para el mundo digital, considerando el contexto cambiante y disruptivo actual. Lo anterior implica un pensamiento enfocado a las necesidades futuras de las personas y el desarrollo de propuestas que permitan solucionarlas, creando oportunidades de negocios de alto impacto y rentabilidad, con resultados exitosos para empresas y emprendedores.

Existen tres aspectos fundamentales para lograr levantar un emprendimiento sostenible: los procesos de captura de valor del entorno, el desarrollo de una ventaja competitiva y la creación de nuevos modelos de gestión y liderazgo. Todos ellos permitirán sortear entornos cambiantes y lograr propuestas de alto impacto y rentabilidad.



MÓDULO 1

La estrategia: aprovechar oportunidades y amenazas del entorno.

Identificar modelos de análisis PEST y las cinco fuerzas de Porter para indicar estrategias según las oportunidades y amenazas del entorno.

MÓDULO 2

Necesidades actuales y futuras de los consumidores.

Identificar las herramientas pain points y jobs to be done para reconocer las necesidades actuales y futuras de los consumidores.

MÓDULO 3

Definiciones del modelo de negocio digital.

Identificar las formas de creación y captura de valor en los negocios digitales, reconociendo procesos de cambio y estrategias de innovación para un nuevo negocio.

MÓDULO 4

La ventaja competitiva.

Identificar los pilares de servicio, experiencia de cliente y plataforma para reconocer la ventaja competitiva de un modelo de negocio digital.

MÓDULO 5

Modelos de negocios digitales parte I.

Aplicar elementos conceptuales de la captura de valor y la ventaja competitiva para distintos tipos de modelos de negocios digitales.

MÓDULO 6

Modelos de negocios digitales parte II.

Aplicar elementos conceptuales de la captura de valor y la ventaja competitiva para distintos tipos de modelos de negocios digitales.

MÓDULO 7

Gestión y Liderazgo en los modelos de negocio digitales.

Comprender el rol de la gestión y liderazgo en los modelos de negocios digitales para el desarrollo de la ventaja competitiva de un nuevo negocio.

Sesión Presencial/Streaming

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Este curso proporciona a los participantes las distintas herramientas necesarias para la definición de mecanismos de gestión sobre los cinco procesos (Plan, Source, Make, Delivery, Return) del modelo Supply Chain Operations Reference (SCOR). También, se incorporan aspectos relacionados a la cadena de suministro global y las relaciones interorganizacionales necesarias para el éxito de la compañía y el crecimiento del mercado objetivo.

Por otro lado, se abordan aspectos de resiliencia en las cadenas de suministros y cómo la gestión de riesgos es de vital importancia para la supervivencia de la empresa. Finalmente, se estudian los aspectos relacionados a la gestión verde de las cadenas de suministro y la importancia del concepto de Industrias 4.0 y su relación con dichas cadenas.

MÓDULO 1

Introducción a la cadena de suministros.

Reconocer los fundamentos teóricos y técnicos de la cadena de suministros para indicar cada uno de los componentes operativos que la conforman.

MÓDULO 2

Hilos conductores de la cadena de suministros.

Emplear hilos conductores de la cadena de suministros asociados a las necesidades que afectan el desempeño de la cadena de abastecimiento de una empresa tipo.

MÓDULO 3

Introducción al modelo SCOR.

Identificar las partes de la estructura del modelo SCOR para relacionar sus funciones en los indicadores estratégicos de una organización.

MÓDULO 4

Aplicando el modelo SCOR.

Aplicar componentes del modelo SCOR para interpretar los indicadores estratégicos de una organización.

MÓDULO 5

Resiliencia en la cadena de suministros.

Emplear protocolos de gestión de riesgos en la cadena de suministros para determinar acciones logísticas y operativas que sobrepongan una empresa ante adversidades.

MÓDULO 6

Sustentabilidad en la cadena de suministros.

Aplicar el modelo Green SCOR para emplear estrategias de impacto social y ambiental en la cadena de suministros de una organización.

MÓDULO 7

La Cadena de Suministros 4.0

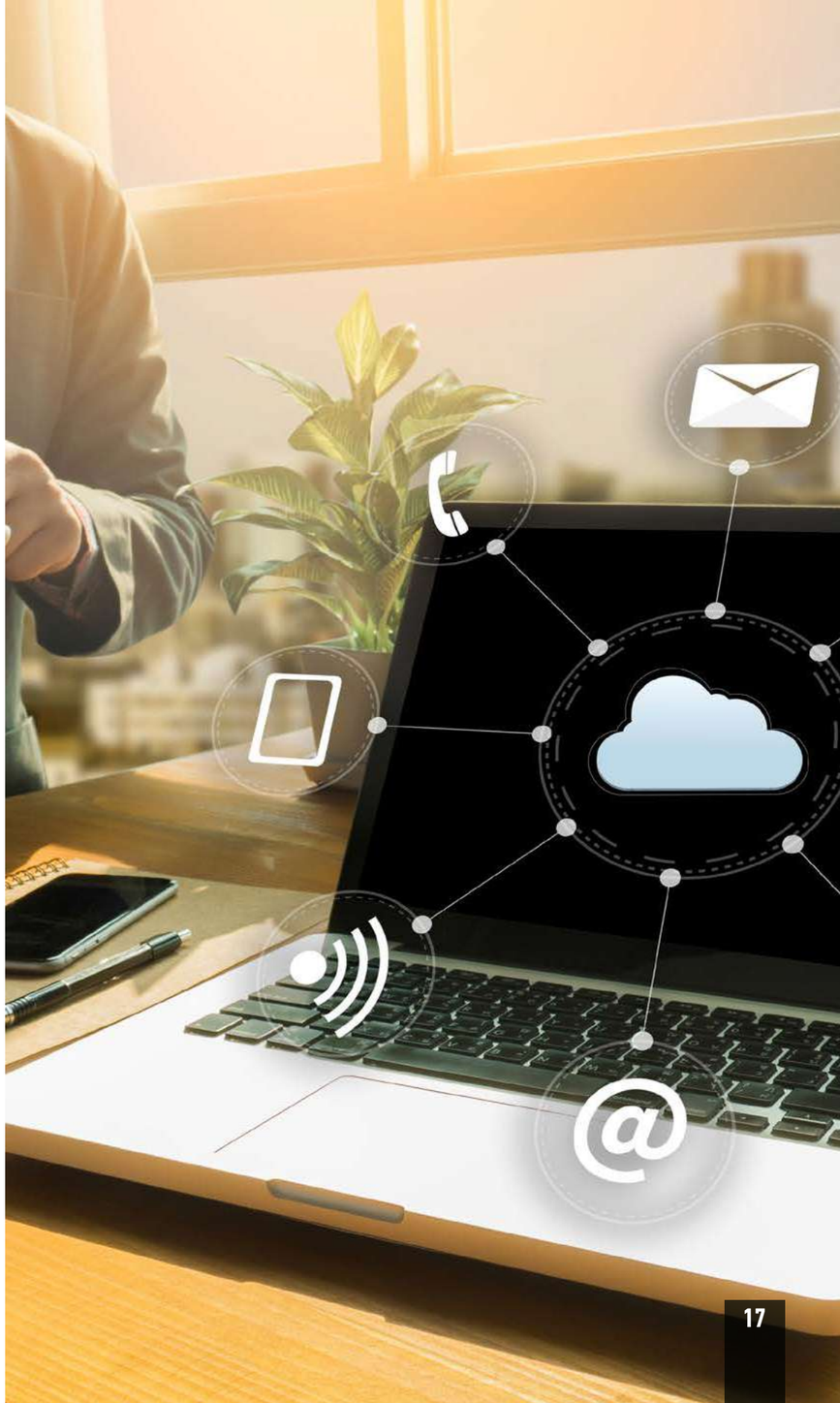
Aplicar aspectos conceptuales del Supply Chain 4.0 para elegir herramientas digitales y tecnológicas asociadas a la visión de futuro de una empresa.

Sesión Presencial/Streaming.

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.

NEGOCIOS E-COMMERCE

El mercado actual se ha transformado completamente gracias a la era digital. El marketing, los modelos de negocios y las estrategias han debido adecuarse a las nuevas formas de comercialización. En este contexto, es fundamental desarrollar conocimientos que permitan la toma de decisiones estratégicas vinculadas a los modelos de negocios online, así como también hacer uso adecuado de las múltiples herramientas que el mundo digital provee.



MÓDULO 1

Las bases del e-Commerce

Comprender las bases sobre las que se fundamenta un negocio e-Commerce a partir del reconocimiento de sus características y elementos constitutivos, junto a indetificar los principales drivers de negocio y el customer journey del canal online

MÓDULO 2

Elementos disponibles en un negocio e-Commerce

Comprender cuáles son los canales que definen una compra online y los principales jugadores que tenemos en el mercado con foco en Chile según diferentes tipos de negocios.

MÓDULO 3

Adquisición de audiencias

Se indentificarán las principales fuentes de tráfico y cómo se miden, junto a comprender los elementos y criterios para tener un sitio web adecuado a los clientes revisando sus componentes principales.

MÓDULO 4

Diseño operativo

Reconocer cómo se diseña una red de cadena de suministro para pedidos online, identificando la recepción, almacenaje, preparación, empaque y transporte, así como la puesta en común de KPIs estratégicos tanto internos como de experiencia de clientes.

MÓDULO 5

Distribución – Transporte – Retiro en tienda

Reconocimiento de los tipos de distribución, transporte en e-Commerce, pick up o retiro en tienda. Así como los protocolos de entrega y sistemas de calificación; delivery lastmile, logística inversa y servicio postventa.

MÓDULO 6

Desarrollo de Productos Digitales

Proceso de desarrollo de productos digitales, elementos de un sitio web y tendencias del mercado online. Se estudia cómo evolucionaron los mercados y consumidores online post COVID-19.

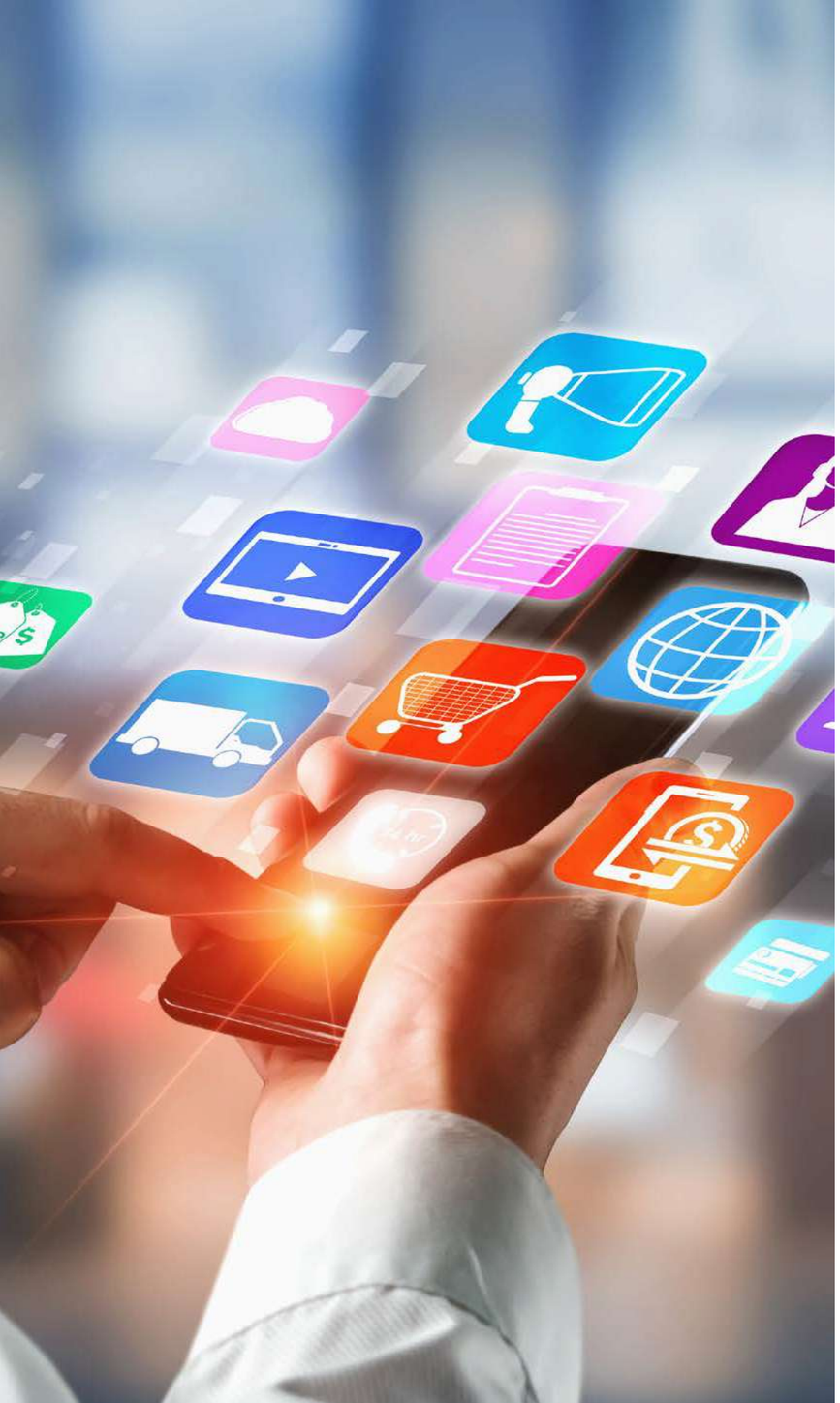
MÓDULO 7:

Análisis de casos

Reconocer casos de negocios online reales, visualizando las estrategias y tecnologías implementadas, para analizar los resultados obtenidos en cada caso.

Sesión Presencial/ Streaming.

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.



OMNICANALIDAD

Los últimos años han ido transformando la manera en que las personas compran productos o servicios. Las decisiones relacionadas con los canales de contacto con el cliente son fundamentales y afectan directamente a los resultados de la empresa. Es por esto que se debe revisar la estrategia de canales y ver si es posible y rentable para la empresa adaptarse a los nuevos tiempos y requerimientos del cliente.

Aunque la compra física sigue siendo importante para algunas personas, muchas se transformaron en compradores online, por lo que se ha hecho fundamental para las empresas, contar con una integración de los canales de contacto con el cliente, para el éxito en la experiencia y de los resultados.

Este curso surge de la necesidad de las empresas de diseñar una estrategia integrada de canales, acorde con su estrategia general y enfocada en el cliente.

MÓDULO 1

Omnicanalidad y paradigma del centro en el cliente

- Evolución de los paradigmas de negocio
- Las nuevas necesidades de los clientes, componentes y roles de los canales.
- Diferencias entre multicanalidad y omnicanalidad.
- Tipos de Canales
- Evolución de la omnicanalidad
- Beneficios de la omnicanalidad
- Entender la omnicanalidad como paradigma cliente céntrico

MÓDULO 2

Omnicanalidad: Productos y Servicios

- Propuesta de valor.
- Omnicanalidad y Producto
- Omnicanalidad y Servicio
- Concepto de Channel Blurring
- El rol del D2C.
- Impacto, desafíos y oportunidades.

MÓDULO 3

Diagnóstico y detección de brechas

- Diagnóstico de estrategia de omnicanalidad
- Detección de brechas
- Qué hacer y qué no hacer

MÓDULO 4

Marketing omnicanal

- La importancia del Marketing en la Omnicanalidad
- Trade Marketing

MÓDULO 5

Diseño

- Diseño de modelo de negocio omnicanal
- Implementación de estrategia de canales.
- Análisis de caso (Amazon, Zara, Mercado Libre, Falabella)

MÓDULO 6

Medición

- ¿Cómo medir la implementación de la omnicanalidad?
- Indicadores de gestión comercial
- ¿Cómo medir la experiencia del servicio?
- ¿Cómo desarrollar un sistema integrado de medición?
- Medir para impactar en los resultados del negocio
- Medir para maximizar la fidelidad del cliente

MÓDULO 7

Automatización CRM y fidelización

- Sistemas integrados de información
- Estrategias CRM 360°: Redes Sociales, Email, SMS, Notificaciones.
- Trabajo Grupal Análisis de caso

Sesión Presencial/Streaming

Sesión final con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos más importantes del curso y su aplicación.

PROCESO DE **POSTULACIÓN**

1. Cumplir requisitos

- Copia de cédula de identidad o pasaporte.
- CV con experiencia laboral.
- Título profesional o técnico.
- **Extranjeros:** Deberán presentar el certificado de título profesional visado por el Consulado de Chile en el país de origen y por el Ministerio de Relaciones Exteriores en Chile (o apostillado).

2. Completar formulario de inscripción
Adjuntando los documentos requeridos

3. Revisión de antecedentes

4. Contar con un dispositivo y conexión a internet para acceder a tus cursos

5. Bienvenida de equipo UANDES online

INFORMACIÓN GENERAL

ARANCEL DIPLOMADO
UF 52

ALTA COBERTURA SENCE

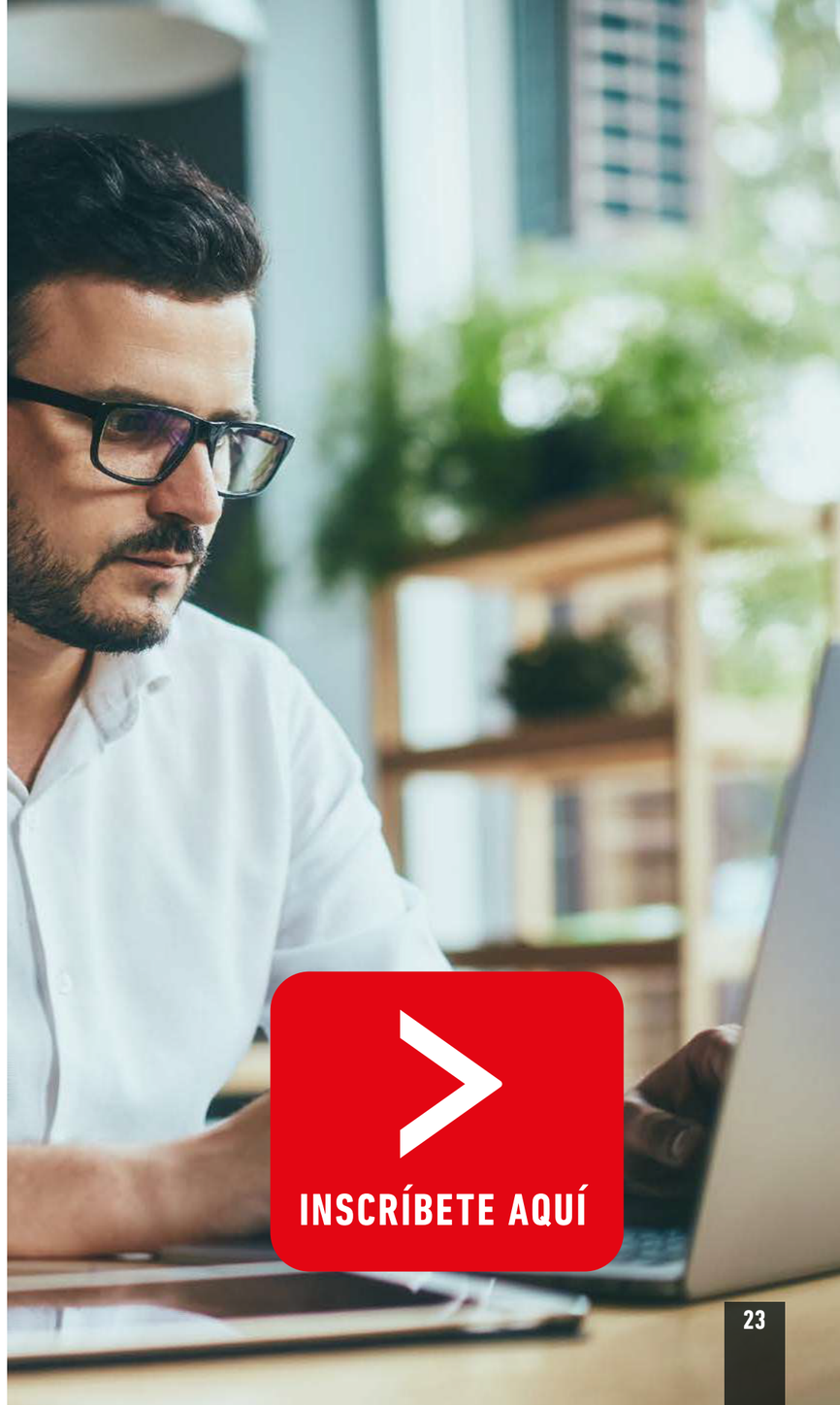
MEDIOS DE PAGO
WEBPAY, Transferencia
Cheque, OC Empresa,
Entre Otros

DURACIÓN DIPLOMADO
4 bimestres
(1 año aprox)

HORAS DE ESTUDIO DIPLOMADO
364 horas
Totales

HORARIO
Contenido disponible
24/7 en CANVAS

*Todos los programas están certificados académicamente por la Universidad de los Andes e impartidos por UA Blended. El orden de los cursos puede cambiar sin previo aviso. **La Universidad se reserva el derecho de no dictar el programa si no llega al número mínimo de alumnos.*



UANDES online

Universidad de los Andes

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

INFORMACIÓN DE CONTACTO:

(+569) 7385 7985

contacto@uandesonline.cl

@uandes_online

/UANDESonline

/company/UANDESonline

Comisión Nacional de Acreditación CNA-Chile

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
ACREDITADA EN TODAS LAS ÁREAS
NIVEL DE EXCELENCIA | 6 AÑOS
Gestión Institucional, Docencia de Pregrado, Investigación, Vinculación con el Medio y Docencia de Postgrado.
Hasta diciembre de 2028.

uandesonline**.cl**

> IR POR MÁS