



Inicio Abril
2017



Programa Ejecutivo **RETAIL ECOMMERCE**

VERSION Virtual



Las mejores prácticas para integrar estratégicamente un e-commerce de alto rendimiento en una organización que opera regularmente con el modelo de Retail tradicional.

Director del Programa



Marcos Pueyrredon

Global VP Hispanic Markets VTEX
Presidente eCommerce Institute



Para más info **aquí**

Organiza



Founding Sponsor



Resumen

Primer Programa Ejecutivo de Retail e-Commerce en América Latina que trata de manera integral las necesidades que tiene un comercio minorista para incorporar el canal online y recoge todas las disciplinas involucradas en la gestión de negocios de un retail e-Commerce para proporcionar una visión única y global del sector ya que el éxito de una Tienda Online depende de la correcta interacción entre todas ellas.

Brinda

- Contenidos actuales
- Una metodología eminentemente práctica
- Claustro formado por profesionales cualificados
- Becas y financiación

Calendario

ABIERTA LA INSCRIPCIÓN - desde Marzo hasta principios de abril. 2017.
Inicio y acceso al Aula Virtual : Marzo 2017

Mes de Febrero

- Módulo Inicial / Introdutorio
- Programa y docentes online
- Entrenamiento y recursos del AV
- Presentación de los asistentes virtuales
- Duración: una semana / lunes a viernes

Comprende:

- Clases online sincrónicas a través de video-conferencia
- Clases auto-gestionadas con apoyo tutorial
- Clases y Foros tutoriales

Calendario

- **Ciclo de nivelación del CE e-learning:** Cuatro (4) Módulos - auto-gestionables - a partir del 1ero de febrero con apoyo tutorial aplicando técnicas de autogestión y autoevaluación
 1. ABC de la Economía Digital
 2. Claves del éxito de los negocios por Internet
 3. Elementos vitales para tener un negocio online
 4. Introducción al marketing en buscadores y posicionamiento Web
- Material-recursos-presentaciones - videos- etc. en el Aula Virtual

Mes de Marzo y sucesivos

- **Doce (12) Módulos:** inician en el mes de marzo / Tres clases online mensuales por módulo virtual a cargo del docente titular de cada módulo. Lunes, miércoles y viernes / 3era semana de cada mes en horario vespertino (ver calendario) Clases teórico-prácticas online sincrónicas a través de video-conferencias con apoyo tutorial + un taller virtual + una evaluación online
 - Talleres virtuales con casos prácticos y de éxito
 - Foros dirigidos
 - Tutoría online
- **Doce (12) Clases Magistrales y Seis- (6) Talleres virtuales:** a partir de marzo coordinados por el tutor online junto con los docentes de cada módulo.

Adicionales

COMUNIDAD VIRTUAL – NETWORKING FOROS – WEBINARS – ECLUB VIAJE DE ESTUDIO

Para acompañar el proceso de formación se cuenta con un sistema de apoyo y material, desarrollado en una variedad de formatos que pueden combinarse de manera efectiva junto con la selección y estudio de casos, listado de sitios recomendados en Internet, glosarios, guías para elaboración o selección de materiales, guías de lectura, guías de acompañamiento de videos, presentaciones (PowerPoint o Macromedia Flash).

Páginas Web (FrontPage). Material ya elaborado: páginas Web de otros autores.

Este material de apoyo se ofrece a través del Aula Virtual, en donde también el alumno puede participar en forma activa: comunidad virtual, foros, blog, networking, webinars, etc.

Es decir el uso de medios múltiples para el logro de los objetivos propuestos.

Objetivos

- Facilitar conocimientos en Comercio y Negocios Electrónicos como ventaja competitiva en cualquier sector de la economía
- Capacitar en el uso de herramientas, técnicas y recursos de las TIC e Internet aplicados al Retail
- Diseñar un Plan de Acción que incluya estrategias de e-business.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el desempeño profesional más inmediato.
- Intercambiar casos y experiencias

Los objetivos están enfocados al logro de habilidades de autogestión; son adecuados al perfil del público destinatario: jóvenes, emprendedores, trabajadores e integrantes de Pymes, empresas y otras entidades del sector público y privado.

Perfil de los Participantes

Corresponderá, en términos generales, a candidatos procedentes de América Latina, de administraciones y/o organizaciones públicas o sin fines de lucro, de empresas, Pymes, emprendedores, y usuarios en general que desarrollen su actividad en el ámbito objeto del curso.

Con una titulación universitaria no excluyente y una experiencia laboral, en lo posible de al menos tres años relacionada con el sector vinculado al curso.

Todos los cursos de **eCommerce Institute** están becados al 50 % de valor del arancel fijado, en la beca no se incluye la reserva o matrícula que debe cancelarse al 100 %.

La concesión de estas becas es un esfuerzo económico por parte del **eCommerce Institute** y de las instituciones patrocinadoras, por lo tanto la aceptación de la misma implica la obligación al beneficiario de asumir el compromiso de dedicación requerido por el curso.

Abandonar o no cumplir una vez iniciado el curso, es privar de esta oportunidad a otro candidato que podría haberla aprovechado; por lo tanto es preferible no aceptar la beca en el caso de no disponer del tiempo e interés en el curso seleccionado.

DOCUMENTACION DEL ASPIRANTE

- Título de grado (no excluyente).
- Fotocopia del Documento de Identidad.
- Pre-inscripción
- Pago de matrícula y/o arancel para asegurar la vacante.
- Entrevista de admisión

Aranceles*

Matrícula: U\$D 200,00
Doce (12) Cuotas: U\$D 300,00 c/u
Total: U\$D 3.800,00

*valores en dólares estadounidenses / en Argentina su equivalente a moneda local según cotización oficial

PROGRAMA BECAS - DESCUENTOS y BENEFICIOS *

El Programa Regional de Formación y Capacitación apunta a estimular el networking y a seguir fortaleciendo la formación y especialización en el mundo de los negocios por Internet. Buscando capital humano capacitado para poder enfrentar los nuevos desafíos que plantea la creciente economía digital en América Latina.

El Programa de Becas brinda distintas modalidades que incluye becas del 15% ,20%, 50% y 80%, junto con otros beneficios o descuentos, según lo establecido para cada curso, actividad o evento; como descuentos corporativos, combos, etc.

*No aplican sobre la matrícula/no son acumulativos

INSCRIPCIONES DE ENERO / ABRIL 2017

INFORMES: contacto@ecapacitacion.org

Argentina - Tel. (+54-11) 4878-0178/79

EQUIPO DE APOYO

El alumno cuenta con un equipo de profesionales a su disposición a lo largo de todo el proceso formativo para sus consultas de índole pedagógicas, de contenidos, técnicas u otras que nos requiera.

Recibe además un "feedback" o flujo continuo de información y asesoramiento del docente como del equipo de apoyo sobre la ejecución de sus tareas, sus intervenciones en las clases y otras relacionadas a su propio proceso de aprendizaje que son claves para el éxito de un curso "e-learning"

DIRECTOR Y TUTOR ONLINE:



ADA ISABEL VAQUER

Director del Programa
Regional de Formación
y Certificación
eCommerce Institute

COORDINADOR:



DELFINA DE LA RUA

Asistente Técnico / Conte-
nidos / Unidad de Forma-
ción y Certificación
eCommerce Institute

Metodología

La educación a distancia se caracteriza por la flexibilidad de sus horarios, es el mismo participante quien organiza su tiempo de estudio, lo cual requiere cierto grado de autodisciplina.

Al alumno se le facilitan todos los contenidos que están recogidos en la documentación facilitada en cada uno de los módulos del curso y que la encontrarán en formato pdf en el Aula Virtual junto con un sinnúmero de recursos y acciones como complemento y apoyo: material de lectura, videos, software con aplicaciones tutoriales, Google Analytic, plantillas y formularios en línea, auto-evaluaciones, entre otras. Los alumnos en forma individual o en equipos de trabajo resolverán consignas y/o tareas durante la cursada.

Se prevé y sugiere un total de doce a quince horas de dedicación semanal entre la lectura comprensiva y la realización de actividades prácticas y un quórum mínimo para abrir cada curso de 20 postulantes con un máximo de 40 participantes

Previo al inicio de la cursada se brindan clases abiertas online para ampliar la información sobre los contenidos, modalidad y actividades del curso.

Los contenidos y actividades están planteados con claridad respetando una secuencia gradual que se logra articulando la participación de todos sus actores: participantes, docentes, expertos, tutor online y el “cyber espacio” con la finalidad de mantener un hilo conductor

CARGA HORARIA

>> Modulo Inicial / Introdutorio (lun /vie)	5 hs.
>> Ciclo básico online	40 hs.
>> 12 Módulos e-learning	180 hs.
>> 12 Clases magistrales y 6 Talleres online	18 hs.
>> Tutoria online	60 hs.
>> Trabajo Final	12 hs.
>> Evaluación	5 hs.
>> TOTAL	320 hs.

*No están incluidos los adicionales: comunidad virtual – networking – foros – webinars – eClub – viaje de estudio

PROGRAMA

El Programa Ejecutivo de Retail eCommerce está conformado por doce módulos con un ciclo de capacitación virtual de nivelación, clases magistrales y talleres online con tutoría a través de la plataforma del Aula Virtual y trabajo colaborativo; para acompañar el proceso de formación se cuenta con un sistema de apoyo docente y material, desarrollado en una variedad de formatos que pueden combinarse de manera efectiva junto con la selección y estudio de casos, listado de sitios recomendados en Internet, glosarios, guías para elaboración o selección de materiales, guías de lectura, guías de acompañamiento de videos, presentaciones (PowerPoint o Macromedia Flash). Páginas Web (FrontPage).

MATERIAL YA ELABORADO

Páginas Web de otros autores. Este material de apoyo se ofrece a través del Aula Virtual, en donde también el alumno puede participar en forma activa: Foros, blog, etc.; es decir el uso de medios múltiples para el logro de los objetivos propuestos.

Los medios utilizados están de acuerdo con el perfil de los alumnos; es importante destacar que siempre se prioriza el proceso educativo y la interactividad entre los diferentes actores (docentes - educandos - tutores)

PLATAFORMA DE AULA VIRTUAL Y TRABAJO COLABORATIVO

Uso de la plataforma del Aula Virtual y trabajo colaborativo con las siguientes finalidades:

- Acceso a los contenidos interactivos y a los casos prácticos.
- Comunicarse con los demás participantes y compañeros.
- Comunicarse con sus tutores en forma virtual.
- Seguimiento del desempeño del participante mediante estadísticas de su trabajo.
- Los participantes conformarán equipos de trabajo para realizar tareas durante la cursada.

ACTIVIDADES

- Consultas en la Web
- Participación en foros
- Consignas que el docente/tutor coloque en el Aula Virtual
- Presentación de trabajos grupales
- Testimonios

REQUISITOS DE APROBACIÓN

- Contar con el 75% de asistencia a las clases virtuales y ejercitación online.
- Test de evaluación final, teórico-practico, que incluye 120 preguntas (10 por módulo) que evalúan los conocimientos adquiridos; el test puede incluir preguntas propiamente dichas, frases incompletas, verdadero-falso, preguntas con múltiples opciones o solo una respuesta correcta.
- Presentación del Trabajo final.

CERTIFICADO

eCommerce Institute otorga al participante que haya cumplido con los requisitos mínimos de calificación, el Certificado de aprobación del **"Programa Ejecutivo Retail eCommerce"**, que acredita 320 horas de carga horaria y que le permite acceder como invitado sin cargo a la Certificación y sello eCommerce Specialist. <http://ecapacitacion.org/certificacion-ecommerce-specialist>. Acompañan y apoyan estas iniciativas los capítulos locales de cada país integrantes de la red de **eCommerce Institute** www.ecommerce.institute y en Argentina la **Universidad CAECE** www.ucaece.edu.ar.

Desarrollo

A) Un Módulo Inicial sobre las características del curso:

- Programa y docentes online
- Entrenamiento y recursos del AV
- Presentación de los asistentes virtuales
- Duración: 1 semana / lunes a viernes
- Comprende:
 - o Clases online sincrónicas a través de video-conferencia
 - o Clases auto-gestionadas con apoyo tutorial
 - o Clases tutoriales

B) Ciclo de Nivelación / con apoyo tutorial:

Compuesto por un ciclo e-learning de cuatro modulos auto-gestionables que el alumno programa de acuerdo con sus tiempos, aplicando técnicas de autogestión y autoevaluación; y que estará disponible en el Aula Virtual previo al inicio con la finalidad de introducir, nivelar y/o instalar en el participante los conceptos básicos del Comercio Electrónico que se desarrollaran con más profundidad y de forma práctica a lo largo de las clases y en toda la capacitación de apoyo que se propone.

C) 12 Módulos Sincrónicos *

Duración: un módulo por mes con clases planificadas según cronograma que comprende:

- Tres clases teórico-prácticas online sincrónicas a través de videoconferencias con apoyo tutorial + un taller virtual + una evaluación online
- Talleres virtuales con casos prácticos y de éxito
- Foros dirigidos
- Tutoría online

* Contenidos y expertos en Anexos

Desarrollo

D) Clases Magistrales y Talleres Online

Clases magistrales online sincrónicas: a cargo de profesionales especializados en alguno de los siguientes temas: Aspectos legales de los Negocios por Internet; Seguridad y Generación de Confianza; La logística y operaciones de transacciones virtuales; Buenas Prácticas de los Negocios por Internet; Consejos y Buenas Prácticas en la implementación de Medios de Pagos y Sistemas de Prevención de Fraudes o Consejos y Buenas Prácticas en la Implementación de una Plataforma de Comercio Electrónico.

Talleres Online: coordinados por el tutor online sobre casos prácticos y de estudio a discutir a través de videoconferencias sincrónicas, con posteriores debates con los participantes.

E) Trabajo Práctico Final - Presentación de Casos

El Trabajo Práctico se lleva a cabo en forma grupal por los participantes a través del Método de Casos, que permite fijar el contenido académico que se adquiere durante el Programa Ejecutivo, poniéndolo en práctica de manera real sobre una problemática de una empresa existente que se presta a ceder su realidad empresarial y de negocios

F) Viaje de Estudio

Fiel al compromiso de ampliar las oportunidades para el desarrollo del capital humano de LATAM, el Instituto con el apoyo de su capítulo local unen sus esfuerzos en esta edición virtual del Programa Ejecutivo Retail eCommerce y ofrecen con carácter opcional la oportunidad de un viaje de estudio organizado a costos accesibles y que se sintetiza en las siguientes acciones.

Programa / Agenda: una semana intensiva en San Pablo u otra plaza - lunes a viernes - en fechas a coordinar durante 2016 y organizadas por el Instituto líder de los eCommerce Day.

Desarrollo

- Encuentro con expertos de negocios por Internet y las nuevas tecnologías para intercambiar experiencias y debatir las nuevas tendencias en sesiones en forma de paneles, casos de negocios y con invitados especiales.
 - Acceso a clases presenciales, aulas de estudio, bibliotecas, laboratorios y otros servicios
 - Visita a empresas del sector: recursos, servicios y soluciones que abarcan todos los aspectos relacionados con el eCommerce retail.
 - Aéreas y alojamiento a valores promocionales
 - Entre otros beneficios
- + info y consultas en capacitación@einstituto.org

Para acompañar el proceso de formación se cuenta con material, desarrollado en una variedad de formatos que pueden combinarse de manera efectiva junto con la selección y estudio de casos, listado de sitios recomendados en Internet, glosarios, guías para elaboración o selección de materiales, guías de lectura, guías de acompañamiento de videos, presentaciones (PowerPoint o Macromedia Flash). Páginas Web (FrontPage). Material ya elaborado: páginas Web de otros autores. Este material de apoyo se ofrece a través del Aula Virtual, en donde también el alumno puede participar en forma activa: Foros, blog, etc. Es decir el uso de medios múltiples para el logro de los objetivos propuestos.

Director y tutor online: Ada Isabel Vaquer
Asistente "tecno-pedagogo" Aula Virtual: Delfina de la Rúa
tutor@einstituto.org

ANEXOS - Módulos Virtuales

1- Introducción al Programa y al Comercio Electrónico Minorista:

Hoja de ruta del programa. Internet, las nuevas tecnologías y la economía digital. Funcionamiento y Evolución del Ecosistema del eCommerce. Impacto de internet, el comercio electrónico en el Retail en Argentina y el Mundo: principales indicadores a tener en cuenta, categorías, players, entre otros. Tendencias del Mercado Local, Latinoamericano y Mundial. Descripción de las Tipologías de Negocio Online Aplicables a Comercio Minorista. Modelos de Comercio Electronico: B2C, B2B, pure Plays, Coexistencia e Integración de Canales. Fuentes de información, actualización y consulta.

2- Medios de Pagos, Prevención de Fraude en Retail:

Medios de pagos tradicionales y no tradicionales en comercio minorista. Procesos y recursos de validación de identidad y prevención de fraudes en retail. Circuitos y mecanismos de pago para venta online. Soluciones, servicios y plataformas. Medios de pago online, offline e híbridos. Implicancias Legales y Seguridad en las transacciones. Prevención de fraude para modelos de comercio electrónico B2C y B2B.

3- Plataformas y soluciones para retail ecommerce:

Arquitectura técnica de una Tienda Online. Servidores e Infraestructura. Programación de Aplicaciones. Integración de Servicios y Aplicaciones. Descripción de las Tipologías de Desarrollo en eCommerce. Revisión de los Principales Productos, Soluciones y Servicios del Mercado para entender sus Ventajas y Desventajas en términos de Costos, Escalabilidad, Dependencia y Flexibilidad: Alternativas al Desarrollo a Medida, Open Source, Software as a Service SaaS, Servicios y Soluciones específicas para Retail eCommerce. Infraestructura para eCommerce de Alto Escala. Servicios en la Nube. Cloud Computing. Gestión de la Tecnología e Innovación en eCommerce (Build vs Buy). Seguridad Informática y programación segura.

4- Logística, operación y Fulfillment aplicados al Retail eCommerce:

Estructuras de Almacenamiento, Distribución y Logística y especificidades del Comercio Electrónico. Proveedores de servicios logísticos. Procesos y operación del canal online. Logística de canales online. El ciclo Fulfillment en retail aplicado al eCommerce. Implementación y gestión de un sistema de logística. Estructuras y Tipologías de Atención al Cliente Multicanal. Estrategias para Aumento de Conversión y Rentabilidad aplicados: PickupStore, Drive Thru, Free Shipping, Trust Delivery Point, LastMille entre otros.

5- Aspecto legales y regulatorios en comercio minorista:

Legislación y Regulación Aplicable en Retail y en Ecommerce (general y sectorial). Contrataciones Electrónicas: Condiciones de Contratación, Información previa y Confirmación de Contratación. Consumidor: Desistimiento y Mecanismos de Atención al Cliente. Aspectos legales a tener en cuenta en: Redes Sociales,

ANEXOS - Módulos Virtuales

Contenidos, Marketing y Publicidad, Comunicaciones, entre otros. Privacidad y Protección de Datos Personales: Información, consentimiento, confidencialidad, medidas de seguridad, transferencias internacionales, entre otros. Tributación y fiscalidad en Retail y en Comercio Electrónico. Criterios para determinar la Legislación Aplicable en Operaciones de Ecommerce Crossborder. Buenas prácticas en la seguridad y generación de confianza online.

6- Marketing Online aplicado al Retail:

Estrategias y armado de plan de marketing pre y post click centradas en conversión, engagement y branding: Marketing de Gestión de Reputación, Marketing de Generación de Tráfico, Marketing de Conversión, Marketing de Gestión del Cliente Multicanal, Estrategias del Modelo de Negocios Long Tail, Análisis de Casos prácticos de Search engine Marketing SEM y Search Engine Optimization SEO, Email marketing, Redes sociales y comunidades online en retail. Casos de convergencia de estrategias de marketing online y offline.

7- Retail Marketing aplicado a negocios online:

Punto de Venta. Experiencia del Cliente Offline y Online. Estrategias de marketing y políticas comerciales. Publicidad y generación de flujo de clientes. Estrategias de Branding. Gestión y Estrategias de Desarrollo de Relación con el Cliente Multicanal. Marketing Directo. Programas de Fidelización. Optimización del Marketing Mix Digital. Capacidades multicanales centradas en el Cliente, Beneficios y limitaciones por Canal. Gestión de Equipo de Marketing. Integración con otros canales.

8- Tecnología Móvil y Omni Channel en Retail:

El Consumidor Multicanal y Multidispositivo. La Cadena de Valor del Mobile y el Multicanal. Descripción de las Principales Plataformas de Comercio Movil y sus Implicaciones en Conversión y Penetración. Importancia y Convergencia de otras plataformas y Pantallas en Internet. Gestión de una Operación de eCommerce. Multi-plataforma y Diferencias Web Movil. Aplicaciones moviles (apps). HTML5 y sus implicaciones en comercio electrónico. Gamificación en Mobile Webs y Apps. Fundamentos del Mobile Marketing. Mobile Advertising y Formatos de Publicidad Movil. Mobile eCommerce y el Purchase Funnel Mobile. Pagos a través de Móviles. Medidas de seguridad, transferencias internacionales, entre otros. Tributación y fiscalidad en Retail y en Comercio Electrónico. Criterios para determinar la Legislación Aplicable en Operaciones de E-commerce Cross-border. Buenas prácticas en la seguridad y generación de confianza online.

9- Business Intelligence y KPI en retail aplicados al ecommerce:

Gestión de la Relación con Clientes (CRM) en retail. Integración online y offline. Marketing Relacional. Social CRM, Estrategias de Gestión de Clientes. KPI de clientes/negocios/canales. Customer Centric Manager, Segmentación y Clusterización.

ANEXOS - Módulos Virtuales

Análisis Predictivo. Bigdata en la practica para comercio minorista. Herramientas de Métrica Web. Métricas Comerciales en Acción en Retail. Herramientas de Business Intelligence, Reporting y Análisis. Tablero de Gestión y Análisis de los KPI para aumentar la Performance y Rentabilidad de una Tienda Online (Tasa de Conversión, Tasa Orgánica de Recompra, ROI, ROI Corregido, Markup, SLA Entrega, SLA Expedición, entre otros).

10- Infraestructura y tecnologías en retail:

Arquitectura técnica de una tienda tradicional. Hardware, Servidores e Infraestructura Tecnológica en un Comercio Minorista. Entornos de programación, sistemas y soluciones de software en retail. Integración de servicios y aplicaciones. Retos que afronta la Industria de Retail; trazabilidad con RFID, plataformas móviles, estándares de impacto. un solo idioma para cada parte de la cadena, servicios diseñados para soportar un mercado dinámico, mejores soluciones y mayor movilidad para el retail. Seguridad Informática y sistemas actuales de control en los retails. La tecnología tras el éxito de las grandes tiendas . Tendencias y Casos prácticos, la tercera plataforma IT como servicio (ITaaS). La innovación creada por la expansión del cloud, la computación móvil, las tecnologías sociales y el Big Data.

11- Gestión estratégica del Canal Online en Retail:

Principios Estratégicos de Internet y el Comercio Electrónico. Diferencias en la Gestión y Operación entre Canales. Gestión de las Conversión y la Fidelización de Clientes. Análisis del Embudo de Conversión o "Purchase Funnel". Estrategias para maximizar la Captación en Buscadores, Generación de Bases de Datos, Desarrollo de Partners, entre otros. Gestión del Ecosistema del eCommerce en la práctica. Del FMOT al ZMOT. Equilibrio entre Canales de Venta y el Rol de Internet en la Generación del Resultados para el Canal Offline. Fundamentos Estratégicos para la Compra y Negociación de Medios. Herramientas de Planificación, Medición y Optimización. Capital Humano y Estructura, Desarrollo, Gestión y Retención de Equipo en Ecommerce. Gestión de Crisis en Ecommerce. Gestión del Cambio Digital en un Comercio Minorista Tradicional. Hoja de Ruta de la Transformación Digital de un Retail. Capital Humano y Estructura, Desarrollo, Gestión y Retención de Equipo en Ecommerce. Gestión de Crisis en Ecommerce. Gestión del Cambio Digital en un Comercio Minorista Tradicional. Hoja de Ruta de la Transformación Digital de un Retail.

12- Arquitectura y modelos de negocios para retail ecommerce:

Modelo Empresariales Digitales. Business Plan en Ecommerce. Activos Tradicionales vs Activos Digitales. Claves de los Modelos de Transformación Digital. Product Centric vs Customers Centric. Estrategias para la Migración Digital de un Comercio Minorista. Desintermediación y Oportunidad Digital. Cadena de Valor Tradicional en Retail vs Retail eCommerce. Nuevos Roles y Cambio Cultural. Startups, Spin off, Integración y otras Modalidades de desarrollo de Canal online en un Retail digital. Tendencias y pronósticos futuros que brindan los multi-dispositivos móviles y los nuevos modelos de negocios en el comercio minorista.

Equipo de Docentes

Equipo de docentes de módulos y clases magistrales.
Reconocidos profesionales y ejecutivos del sector.

>> Marcos PUEYRREDON

Global VP Hispanic Markets VTEX & Presidente eCommerce Institute
www.linkedin.com/in/pueyrredon

>> Gustavo SAMBUCETTI

Subdirector eCommerce WALMART ARGENTINA & Presidente CACE
<http://ar.linkedin.com/pub/gustavo-sambucetti/10/10b/401>

>> Juan Martín ROMERO

Director de Marketing & eCommerce FRÁVEGA
<http://ar.linkedin.com/pub/juan-martin-romero/22/37b/566>

>> Juan Francisco DI NUCCI

Managing Partner TOMORROW DIGITAL
www.linkedin.com/in/juanfranciscodinucci

>> Lucas LANDESMAN

COO DAFITI ARGENTINA
www.linkedin.com/in/llandesman

>> Patricia JEBSEN

Omnichannel Manager CENCOSUD
www.linkedin.com/in/patriciajebesen

>> Alberto CALVO

Director América Latina NETSHOES
www.linkedin.com/in/betocalvo

>> Santiago LOMBARDI

Fundador y COO FRUBIS
www.linkedin.com/in/santiagolombardi

Equipo de Docentes

>> Marcelo GALINDEZ

Gerente General DECIDIR
ar.linkedin.com/in/mgalindez/es

>> Roberto WAJNSZTOK

CEO y co-Fundador ORIGINV
www.linkedin.com/pub/roberto-wajnszok/14/3b0/296

>> Leandro GONZÁLEZ FREA

Director Comisión Aspectos Legales y Regulatorios Cámara Argentina de Comercio Electrónico CACE - www.linkedin.com/in/leandrogonzalezfrea

>> Federico MALEK PASCHA

Fundador y CEO AVENIDA.COM
www.linkedin.com/pub/federico-malek-pascha/3b/569/394/es

>> Silvina REYES

Directora Comercial OCA
www.linkedin.com/pub/silvina-reyes/13/65a/198

>> María Inés GONZÁLEZ

Gerente Customer Experience FARMACITY
www.linkedin.com/pub/maria-in%C3%A9s-gonz%C3%A1lez/b/749/524/es

>> Carmelo FERRANTE

CEO RAPISTANT y ex-Director Marketing y Ventas GARBARINO
<http://ar.linkedin.com/in/carmeloferrante/es>

>> Ze Luis RODRIGUES

Head of UX/UI LYRACONS
<http://br.linkedin.com/in/zeluizr>

>> Andrea DÍAZ

Directora SEO THINK-THANKS
www.linkedin.com/in/andreadiaz

Equipo de Docentes

>> Diego ALONSO

Partner & CEO DOS MONOS

www.linkedin.com/pub/diego-alejandro-alonso/0/531/a65

>> Santiago DANDRE

Coordinador Consultoría y Customer Experience BRANDLIVE

<https://twitter.com/santiagodandre>

>> Victor VARGAS VÁSQUEZ

Gerente de eCommerce CENCOSUD RETAIL PERÚ

www.linkedin.com/in/victorvargasv

>> Daniel FALCON

CEO NeoConsulting & Director Perú la Digital Analytics Association DAA

www.linkedin.com/in/danielfalcon/es

>> Alberto "Banano" PARDO

CEO Adsmóvil & Presidente Cámara Colombiana de Comercio Electrónico CCCE

www.linkedin.com/in/banano/es

>> Sebastián MANTICA

eCommerce Manager CETROGAR

www.linkedin.com/in/sebastianmantica/es

>> Marcelino HERRERA VEGAS

Country Manager Colombia MERCADOLIBRE

www.linkedin.com/in/marcelino-herrera-vegas-9741924/es

>> Bernardo CORDERO

CoFounder & Manager Director LINIO MÉXICO

www.linkedin.com/in/bernardo-cordero-0bb4b527/es

>> Andrés CHICO

Associate RIVERWOOD CAPITAL & Mentor ENDEAVOR MÉXICO

www.linkedin.com/in/andreschico/es

Equipo de Docentes

>> Lee ARAUJO

Sr. Director Visa Merchant Specialized Sales America Latina & Caribe
www.linkedin.com/in/leearaujo/es

>> Jorge QUIROGA

Founder & CEO BLACKSIP
www.linkedin.com/in/jorgequirolga/es

>> Gabriel GONZÁLEZ VÁZQUEZ

Gerente de Canales RIPLEY
www.linkedin.com/in/gabriel-gonz%C3%A1lez-v-900a3918

>> Javier BUITRAGO

Country Manager PAYU LATAM
www.linkedin.com/in/jbuitrago

>> Julius ODIAN

VP of Business Development FALABELLA.COM
www.linkedin.com/in/juliusodian/es

* Plantel de docente sujeto a la disponibilidad de Agenda y fechas de los Módulos

CONCLUSIONES

Es imprescindible tener una nueva visión de los roles que desempeñan los docentes y los estudiantes en esta modalidad de estudio, el docente deja de ser el protagonista, convirtiéndose en un facilitador del proceso educativo y le cede el paso al estudiante, el cual debe tener un compromiso firme con su propio proceso de formación; es uno de los roles más importantes en este sistema de educación abierta, pues es él quien debe contar con disposición de trabajo en equipo, administración de su tiempo y realizar las actividades en tiempo y forma, pero sobre todo en tener una motivación personal de superación.

Algunas de las empresas que ya nos eligieron para formar y desarrollar su Capital Humano:



INFORMES E INSCRIPCIÓN

eCommerce Institute
contacto@ecapacitacion.org | Tel. (011) 4878-0179 / 78

INFORMACIÓN Y ACCESO AL FORMULARIO DE PRE-INSCRIPCIÓN

<http://ecapacitacion.org/programa-ejecutivo-de-retail-ecommerce/>