utdt.edu/**educacionejecutiva**

TECNOLOGÍA Y NEGOCIOS

ESCUELA DE NEGOCIOS | EDUCACIÓN EJECUTIVA

Digital Commerce Management

DIRECCIÓN ACADÉMICA:
Pablo Scasso

PROGRAMA ABIERTO

DURACIÓN
2 MESES

CURSADA
MARTES Y JUEVES DE 18 A 20.30H

MODALIDAD DE CURSADA
ONLINE

El presente programa busca abordar la transformación que ha generado el *digital commerce* en los procesos y operaciones de industrias como Retail, Moda, Pharma, entre otras.

Revisaremos todo el recorrido de un cliente *online* desde su adquisición hasta la entrega del producto o servicio. Durante las clases se analizarán casos prácticos de empresas que han ido configurando el estado del arte del diseño tecnológico y operacional, y también se impartirá teoría de cada etapa de la cadena de suministro cuando pensamos en negocios D2C, B2B o B2C de comercio electrónico.

El *core* de esta materia apunta a que sus asistentes logren conocer cómo se diseña una propuesta de valor en activos digitales.

Estas herramientas serán clave para la toma de decisiones, ya sea para una mayor penetración en el canal *online*, el rediseño de una red logística para *e-commerce* o el lanzamiento de servicios para esta industria en constante crecimiento.

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

Av. Figueroa Alcorta 7350 (C1428BCW)
Ciudad de Buenos Aires, Argentina

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | COMERCIO ELECTRÓNICO: INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO. CONCEPTOS PRINCIPALES

- Inicios y evolución del comercio electrónico.
- Proyecciones de mercado y comportamiento del cliente.
- *Customer journey* del cliente *online*.
- Economía de las experiencias.
- *Drivers* principales de venta y costo.
- *Funnel* de venta y tipos de audiencias.
- Equipos de trabajo.

MÓDULO 2 | *MARKETING* DIGITAL

- Gestión de agencias de *marketing* digital.
- SEM & SEO.
- Modelos de atribución.
- Tipos de audiencias y *buyer persona*.
- Campañas de adquisición de tráfico.

MÓDULO 3 | *DIGITAL COMMERCE*: CANALES, JUGADORES Y ESTRUCTURA

- Canales: *desktop, mobile, app,* social, etc.
- Interacción On&Off.
- Modelos de Negocio en *retail commerce* (*marketplaces, last milers* y otros).
- Funcionamiento de un sitio web (Taller).
- Plataformas e integraciones.
- Estrategias comerciales en activos digitales (foco en Home, PLP, PDP y CheckOut).

MÓDULO 4 | DISEÑO OPERACIONAL, ALMACENAJE Y PREPARACIÓN

- Redes de abastecimiento: combinación de *on* y *off*.
- Estrategias de almacenamiento por surtido y cobertura.
- XDocking y nodos de transferencia.
- Innovación en *warehousing* - Automatización.
- Métodos de *picking* en unidades.
- Mono *Picking* / Multi *Picking*. *Lay out* de recolección.
- Principales KPI operacionales: *Found Rate* / *Fill Rate* / etc.
- Estructuras organizacionales típicas.

MÓDULO 5 | EMPAQUE, DESPACHO, TRANSPORTE Y ENTREGA

- *Packing* y despacho.
- Tipos de transporte en *e-commerce*.
- Modelo *express*.
- ZMOT: ¿qué valora el cliente?
- Innovación: *marketplaces* de *drivers* y *crowdsourcing*.
- *Partners* de última milla.
- Introducción a producto.

MÓDULO 6 | CX Y MONETIZACIÓN

- Experiencia del cliente.
- Estructura de atención al cliente.
- Plataforma de CRM.
- Rentabilidad en canales digitales.
- Monetización y estrategias comerciales con *makers*.

MÓDULO 7 | DESARROLLO DE PRODUCTOS DIGITALES

- Agilidad.
- Desarrollo de RFP y concepto de MVP.
- Metodología de trabajo.
- Caso práctico de desarrollo de activo digital.

CASO PRÁCTICO DE EJECUCIÓN DE UN MODELO OPERACIONAL PARA *E-COMMERCE*

- Presentación de un modelo de operación *e-commerce end-to-end.*

La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.

TECNOLOGÍA Y NEGOCIOS

METODOLOGÍA

Clases teórico-prácticas de dos horas y media con presentación de conceptos y muestra de casos de uso actuales. Adicionalmente, en el programa se incluye una clase exclusiva para dedicar a un caso de ejecución de un modelo operacional para *e-commerce*.

AUDIENCIA

El programa está dirigido a profesionales, ejecutivos, jefes y gerentes en los ámbitos de *retail*, digital, *pure players* o tecnología que, o bien tienen *expertise* de una etapa del *customer journey* y quieren conocer más de las otras, o tienen un conocimiento poco desarrollado de comercio electrónico y quieren profundizar en él. El programa se orienta mayormente a los activos digitales transaccionales del tipo B2C de bienes, aunque se hace mención también a soluciones B2B y comercio electrónico de servicios.

CUERPO DE PROFESORES

Pablo Scasso. Head of Markets CPG, Rappi.
Patricio García De Leo. Founder & CEO, Known Online.
Juan Pablo Tricarico. Presidente de Dr. CEX y de ALOIC.
Ariel Leiro. Gerente regional de negocios digitales, Cencosud.
Federico Tozzi. Founder & CEO, Madiba.
Aime Kolon. Growth Marketing Director, The Walt Disney Company.
Gonzalo Zigaran Costa. Head of Digital Business | Growth & Retention Marketing.

Informes

(+54 911) 3919 0747
(+54 11) 5169 7342
admisiones_negocios@utdt.edu

DC | 2025