GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Manejo de Plataformas de Comercio Electrónico
UNIDAD 1: Introducción al comercio electrónico y plataformas digitales de venta.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Creación de una tienda virtual básica en una plataforma de comercio electrónico	
OBJETIVO: Comprender el funcionamiento del comercio electrónico y las principales plataformas utilizadas para la creación y gestión de tiendas online.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 17 Horas	

1. **FUNDAMENTOS:** El comercio electrónico se ha consolidado como uno de los ejes centrales de la economía digital contemporánea, al permitir el intercambio de bienes y servicios mediante entornos virtuales que superan las limitaciones del comercio tradicional. Su crecimiento responde a la transformación de los hábitos de consumo, a la masificación del acceso a internet y al desarrollo de plataformas tecnológicas que facilitan la interacción entre empresas y consumidores en tiempo real. En este contexto, las organizaciones requieren profesionales capaces de comprender no solo la lógica comercial de los negocios digitales, sino también la estructura técnica y funcional de los entornos de venta en línea.

   Las plataformas de comercio electrónico constituyen infraestructuras digitales diseñadas para la creación, administración y operación de tiendas virtuales. Estas herramientas permiten configurar catálogos de productos, estructurar la navegación, personalizar la identidad visual de la marca, gestionar pedidos y establecer experiencias de compra centradas en el usuario. Entre las más utilizadas en el ámbito profesional se encuentran Shopify, WooCommerce y Tiendanube, debido a su accesibilidad, flexibilidad e integración con otras herramientas del ecosistema digital.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**
   - Comprender el concepto, características y funcionamiento del comercio electrónico en el contexto de la economía digital.
   - Identificar las principales plataformas de comercio electrónico y sus aplicaciones en negocios online.
   - Crear una tienda virtual básica dentro de una plataforma digital en entorno de prueba.
   - Configurar elementos iniciales del negocio digital, tales como nombre comercial, categoría, diseño general y estructura de navegación.
   - Reconocer la importancia de la experiencia del usuario en la organización inicial de una tienda online.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

***Habilidades de pensamiento**:*

- Comprensión del funcionamiento del comercio electrónico como modelo de negocio digital.
- Análisis comparativo de plataformas de venta online según sus características, ventajas y aplicaciones.
- Identificación de la relación entre estructura de tienda virtual, experiencia del usuario y objetivos comerciales.

Destrezas sensoriales:

- Observación de interfaces digitales y paneles administrativos de plataformas ecommerce.
- Identificación visual de elementos de navegación, organización de contenido y presentación de la tienda.
- Reconocimiento de componentes funcionales de una tienda online: menú, banner, categorías, ficha inicial y página principal.

Destrezas motoras:

- Creación y configuración inicial de una tienda virtual.
- Navegación operativa dentro del panel administrativo de la plataforma seleccionada.
- Aplicación de herramientas básicas de edición, personalización y configuración del entorno digital de venta.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Indicadores:

- Crea correctamente una tienda virtual en una plataforma de comercio electrónico.
- Configura de manera adecuada la información inicial del negocio digital.
- Organiza una estructura básica de navegación coherente con la lógica comercial de una tienda online.
- Participa activamente en el desarrollo de la práctica y justifica las decisiones tomadas durante la configuración.

Instrumentos:

- Ejercicio práctico de creación de tienda virtual.
- Lista de cotejo de configuración básica.
- Registro visual mediante capturas de pantalla.
- Presentación breve de la tienda creada y explicación del proceso realizado.

Criterios de valoración:

- Funcionalidad básica de la tienda.
- Claridad en la estructura inicial.
- Pertinencia de los elementos configurados.
- Coherencia entre diseño inicial y propósito comercial.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Previo a la actividad práctica, el estudiante deberá:

- Comprender el concepto y evolución del comercio electrónico.
- Analizar los modelos de negocio digitales (B2C, B2B, C2C) y su aplicación.
- Identificar las principales plataformas de comercio electrónico y sus características (Shopify, WooCommerce, Tiendanube).
- Reconocer los elementos esenciales de la estructura de una tienda online.
- Evaluar la experiencia del usuario y la importancia de la usabilidad en tiendas digitales.
- Preparar un esquema o mapa conceptual de los componentes de una tienda online para facilitar la creación de la tienda digital.

Lectura recomendada:

- Aguilar, R.A. (2021). *El trabajo a través de plataformas digitales, ¿Autónomos o Subordinados?* Ediciones Olejnik. ISBN: 9789564070711
    -

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- Explicación introductoria del comercio electrónico, sus características, ventajas y principales modelos de operación digital.
- Presentación guiada de plataformas de ecommerce como Shopify, WooCommerce y Tiendanube, destacando sus usos y diferencias.
- Exploración de la interfaz general de una plataforma de comercio electrónico en modo demostrativo.
- Registro del estudiante en una plataforma de ecommerce utilizando entorno de prueba o versión gratuita.
- Creación de la tienda virtual básica.
- Configuración del nombre del negocio, categoría, idioma y estructura inicial de navegación.
- Personalización básica de la página principal mediante plantilla prediseñada.
- Socialización de resultados, con énfasis en decisiones de organización y experiencia del usuario.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante esta práctica se fortalecerá la responsabilidad digital en el uso de plataformas tecnológicas, la organización en la configuración de entornos virtuales y la autonomía en la resolución de tareas operativas. Asimismo, se promoverá el trabajo colaborativo mediante la interacción y socialización de avances, así como una actitud ética en la construcción de negocios digitales, basada en la transparencia, el respeto al usuario y el manejo responsable de la información comercial, en consonancia con el enfoque ya planteado en la guía base.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite al estudiante comprender el funcionamiento general del comercio electrónico mediante la exploración y configuración de una tienda virtual básica. Esta experiencia fortalece la relación entre teoría y práctica, ya que introduce al estudiante en la lógica operativa de las plataformas digitales de venta y sienta las bases para el desarrollo progresivo de competencias en gestión de ecommerce.

10. RECOMENDACIONES:

Verificar que la tienda creada contenga nombre comercial, categoría e información inicial correctamente configurada.
Utilizar una estructura clara y ordenada desde el inicio del proceso de creación.
Explorar distintas plataformas para reconocer sus funcionalidades y limitaciones.
Priorizar criterios de navegación simple y presentación visual adecuada.

Mantener una actitud responsable y ética en el uso de herramientas digitales.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Manejo de Plataformas de Comercio Electrónico
UNIDAD 2: Gestión de productos, inventario y catálogo digital.	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Gestión del catálogo de productos y organización del inventario digital	
OBJETIVO: Aplicar herramientas para la gestión de productos, inventarios y catálogos dentro de plataformas de comercio electrónico.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 17 Horas	

1. **FUNDAMENTOS:** La gestión de productos y del catálogo digital constituye una de las funciones esenciales en el comercio electrónico, ya que de ella depende en gran medida la visibilidad de la oferta comercial, la facilidad de navegación del usuario y la eficiencia del proceso de compra. En un entorno digital, los productos no son únicamente elementos de inventario; representan unidades de comunicación comercial que deben estar organizadas de forma clara, atractiva y funcional para favorecer la conversión y la confianza del cliente. Un catálogo digital bien estructurado integra categorías, subcategorías, fichas de producto, imágenes, descripciones, precios, variantes y disponibilidad. Esta organización permite al usuario encontrar con mayor facilidad lo que busca, comparar opciones y comprender mejor las características del producto. A su vez, una adecuada gestión del inventario reduce errores operativos, evita inconsistencias en la disponibilidad de productos y mejora la planificación comercial del negocio digital.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**
   - Crear y administrar catálogos de productos dentro de una plataforma de comercio electrónico.
   - Organizar productos mediante categorías y subcategorías coherentes con la lógica del negocio.
   - Elaborar fichas de producto con información clara, comercial y pertinente.
   - Configurar el inventario básico dentro de la tienda virtual.
   - Comprender la relación entre organización del catálogo, experiencia del usuario y operación comercial.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

***Habilidades de pensamiento**:*

- Organización de información comercial en entornos digitales.
- Análisis de estrategias de presentación de productos y su impacto en la experiencia de compra.
- Comprensión de la importancia del inventario en la gestión operativa del ecommerce.

Destrezas sensoriales:
Observación de fichas de producto y estructuras visuales de catálogo.
Identificación de elementos de diseño y jerarquización de información comercial.
Reconocimiento de criterios de uniformidad visual en la presentación de productos.

Destrezas motoras:
Creación de categorías, subcategorías y productos dentro de la plataforma.
Carga de imágenes, precios, descripciones y variantes.
Configuración inicial del inventario disponible y organización visual del catálogo.

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Indicadores:

- Organiza correctamente el catálogo de productos dentro de la tienda virtual.
- Crea fichas de producto con información relevante, clara y comercialmente pertinente.
- Configura de forma básica y coherente el inventario de la tienda.
- Demuestra criterio en la estructuración visual y funcional del catálogo.

Instrumentos:

- Ejercicio práctico de creación y organización del catálogo.
- Revisión directa del catálogo digital configurado.
- Lista de cotejo para verificar categorías, fichas e inventario.
- Presentación breve del catálogo creado.

Criterios de valoración:

- Organización lógica de productos.
- Calidad y claridad de las descripciones.
- Uso adecuado de imágenes.
- Coherencia entre clasificación de productos y tipo de negocio.
- Correcta configuración del stock básico.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

- **Previo a la actividad práctica, el estudiante deberá:**
- Comprender la importancia de una correcta gestión de productos y su relación con la experiencia de compra.
- Analizar métodos de administración de catálogos y gestión de inventarios digitales.
- Identificar criterios para la categorización de productos y optimización de fichas de producto.
- Evaluar la relación entre imágenes, descripciones y conversión de ventas.
- Preparar un esquema o checklist de buenas prácticas para la organización del catálogo y la presentación de productos en la tienda online.

Lectura recomendada:

- Kim, S. (2022). *Gobierno electrónico para un siglo digital*. Ril editores. ISBN: 9789560109101
- Martín, P. (2018). *Teletrabajo y comercio electrónico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. ISBN: 9788436958379

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- Explicación teórica y demostrativa sobre la función del catálogo digital y la gestión de inventario en ecommerce.
- Revisión de ejemplos de fichas de producto y análisis de sus componentes principales.
- Creación de categorías y subcategorías dentro de la tienda online.
- Carga de al menos cinco productos con nombre, descripción, precio, imagen y disponibilidad.
- Configuración básica del inventario para cada producto cargado.
- Organización visual del catálogo en función del tipo de negocio y de la facilidad de navegación del usuario.
- Presentación del catálogo creado y retroalimentación docente.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

En esta unidad se fortalece la organización, la responsabilidad digital y el criterio profesional en el manejo de información comercial. Asimismo, se promueve la capacidad de análisis y resolución de problemas al estructurar el catálogo y gestionar el inventario, junto con el trabajo colaborativo y la ética en la presentación de productos, en línea con lo señalado en la guía base.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite al estudiante gestionar productos, categorías e inventario dentro de una plataforma de comercio electrónico, comprendiendo que un catálogo digital bien organizado no solo mejora la presentación comercial, sino que favorece la navegación, la experiencia del usuario y la eficiencia operativa de la tienda virtual.

10. RECOMENDACIONES:

Organizar los productos en categorías y subcategorías fáciles de identificar.
Redactar descripciones claras, precisas y orientadas a la venta.
Utilizar imágenes de buena calidad y mantener uniformidad visual.
Revisar periódicamente la configuración del inventario para evitar inconsistencias.
Relacionar la organización del catálogo con la lógica real de compra del usuario.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Manejo de Plataformas de Comercio Electrónico
UNIDAD 3: Integración de medios de pago y gestión de transacciones	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Integración de medios de pago y simulación de procesos de compra	
OBJETIVO: Implementar métodos de pago digitales y monitorear procesos de compra en plataformas de comercio electrónico.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 18 Horas	

1. **FUNDAMENTOS:** Los sistemas de pago digitales constituyen un componente esencial del comercio electrónico, ya que hacen posible la conversión efectiva de la intención de compra en una transacción comercial concreta. En una tienda virtual, la existencia de métodos de pago claros, funcionales y seguros influye directamente en la confianza del cliente, en la disminución del abandono del carrito y en la viabilidad operativa del negocio digital. Las pasarelas de pago actúan como intermediarios tecnológicos entre la plataforma de ecommerce y las entidades financieras, facilitando el procesamiento de pagos mediante tarjetas, transferencias, billeteras digitales y otras modalidades disponibles. Aunque en un entorno académico el trabajo suele desarrollarse en modo simulación o prueba, resulta indispensable que el estudiante comprenda la lógica del checkout, la validación del pedido, la confirmación del pago y la trazabilidad de la transacción dentro del sistema.

2. **OBJETIVOS A ALCANZAR:**

- Identificar los principales métodos de pago digitales aplicables al comercio electrónico.
- Configurar opciones de pago en la tienda online en un entorno de prueba o simulación.
- Comprender el flujo del proceso de compra en ecommerce.
- Gestionar pedidos generados dentro de la plataforma.
- Analizar la importancia de la seguridad y la transparencia en las transacciones digitales.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

- *Análisis del flujo de compra digital.*
- *Comprensión de la seguridad en transacciones electrónicas.*
- *Identificación de los factores que influyen en la confianza del usuario durante el checkout.*

Destrezas sensoriales:

- *Observación del proceso de compra desde la perspectiva del cliente.*
- *Identificación de confirmaciones, notificaciones y estados del pedido.*
- *Reconocimiento de posibles fallas o puntos críticos del proceso transaccional.*

Destrezas motoras:

- *Configuración de métodos de pago dentro de la plataforma.*
- *Simulación de compra en la tienda virtual.*
- *Verificación y gestión del pedido desde el panel administrativo.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Indicadores:

- Configura correctamente métodos de pago acordes al entorno de práctica.
- Ejecuta de forma adecuada el proceso de compra en la tienda virtual.
- Verifica y gestiona los pedidos generados dentro de la plataforma.
- Analiza críticamente la claridad y funcionalidad del flujo transaccional.

Instrumentos:

- Ejercicio práctico de configuración de pagos.
- Simulación documentada del proceso de compra.
- Revisión del registro de pedidos.
- Informe breve o exposición oral del flujo transaccional realizado.

Criterios de valoración:

- Correcta configuración de opciones de pago.
- Funcionamiento del proceso de checkout.
- Registro adecuado del pedido en el sistema.

- Capacidad de análisis frente a posibles errores o mejoras.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Previo a la actividad práctica, el estudiante deberá:

- Conocer los distintos métodos de pago digitales y sus aplicaciones en tiendas online.
- Analizar la integración de pasarelas de pago en plataformas de comercio electrónico.
- Comprender las normas de seguridad en transacciones electrónicas y su importancia en la confianza del cliente.
- Identificar el flujo completo de procesos de compra, confirmación de pedidos y gestión de transacciones.
- Elaborar un esquema de flujo de transacciones digitales para facilitar la simulación de compras y pagos.

Lectura recomendada:

- Aguilar, R.A. (2021). *El trabajo a través de plataformas digitales, ¿Autónomos o Subordinados?* Ediciones Olejnik. ISBN: 9789564070711
-

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- Explicación de los principales métodos de pago utilizados en ecommerce y su función en el proceso de compra.
- Revisión de las opciones de configuración de pago disponibles dentro de la plataforma seleccionada.
- Activación o simulación de métodos de pago acordes al entorno de práctica.
- Revisión del proceso de checkout desde la vista del cliente.
- Simulación de compra de uno o más productos dentro de la tienda virtual.
- Verificación del registro del pedido en el sistema administrativo.
- Análisis del flujo transaccional realizado, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora.
- Socialización de resultados con énfasis en seguridad, claridad y experiencia del usuario.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

  El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

  Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

  El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

  Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

Durante esta práctica se refuerza la responsabilidad en la configuración de métodos de pago y en la gestión de transacciones digitales. Asimismo, se promueve la ética, la transparencia y el respeto hacia el cliente digital, al comprender que un proceso de compra debe ser seguro, claro y confiable. También se desarrollan la capacidad de análisis, la resolución de problemas y la toma de decisiones ante posibles fallas del proceso transaccional, tal como se destaca en el documento base.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite al estudiante identificar y configurar opciones de pago digital, así como comprender el flujo de compra dentro de una tienda online. Este proceso fortalece su capacidad para gestionar operaciones transaccionales básicas y analizar la importancia de la seguridad, la confianza y la claridad en el comercio electrónico.

10. RECOMENDACIONES:

- Configurar únicamente métodos de pago acordes al entorno de prueba utilizado.
- Verificar que el proceso de compra sea claro, funcional y comprensible para el usuario.
- Revisar el registro correcto de pedidos dentro de la plataforma.
- Promover siempre prácticas seguras en el manejo de transacciones digitales.
- Analizar la experiencia del cliente durante el checkout para detectar barreras de compra.

GUÍA DE CLASES PRÁCTICA DE LA ASIGNATURA	
CARRERA: Marketing Digital y Redes Sociales	**ASIGNATURA:** Manejo de Plataformas de Comercio Electrónico
UNIDAD 4: Monitoreo de ventas y optimización de la experiencia del cliente	
TÍTULO DE LA CLASE PRÁCTICA: Análisis de ventas y optimización de la experiencia del cliente.	
OBJETIVO: Utilizar herramientas para monitorear transacciones, analizar resultados de ventas y mejorar la experiencia del cliente en plataformas de comercio electrónico.	
TIEMPO DE DURACIÓN: 18 Horas	

1. FUNDAMENTOS: El análisis de datos constituye una función estratégica dentro del comercio electrónico, ya que permite transformar la información generada por la tienda virtual en criterios para la toma de decisiones. Las plataformas ecommerce incorporan herramientas de analítica y reportes que facilitan el monitoreo de ventas, el seguimiento del comportamiento del usuario, la evaluación del rendimiento de productos y la detección de oportunidades de mejora dentro del proceso comercial.

El monitoreo de ventas no debe entenderse únicamente como un registro numérico de transacciones, sino como un recurso para interpretar tendencias de consumo, identificar productos de mayor o menor desempeño, reconocer puntos críticos del recorrido del cliente y optimizar la experiencia de compra. En este sentido, variables como la navegación, la claridad del catálogo, la eficiencia del checkout, la presentación del producto y la accesibilidad de la información influyen directamente en los resultados del negocio digital

2. OBJETIVOS A ALCANZAR:

- Analizar reportes de ventas en plataformas de ecommerce.
- Interpretar datos básicos de transacciones digitales y comportamiento del usuario.
- Evaluar la experiencia del cliente en la tienda online.
- Identificar problemas o debilidades en el proceso de compra.
- Proponer mejoras orientadas a la optimización del rendimiento de la tienda virtual.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DE LAS CAPACIDADES PRÁCTICAS A DESARROLLAR:

Habilidades de pensamiento:

- *Análisis de datos comerciales y reportes de ventas.*
- *Interpretación de indicadores básicos de rendimiento en ecommerce.*
- *Evaluación crítica de la experiencia del usuario y formulación de propuestas de mejora.*

Destrezas sensoriales:

- *Observación de reportes, paneles de análisis y comportamiento de navegación.*
- *Identificación de problemas en la interfaz y en el proceso de compra.*
- *Reconocimiento de patrones de consumo y de rendimiento de productos..*

Destrezas motoras:

- *Uso de herramientas analíticas disponibles en la plataforma.*
- *Revisión operativa de métricas de ventas y transacciones.*
- *Elaboración de recomendaciones de mejora sobre la base de evidencias observadas.*

4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:

Indicadores:

- Interpreta adecuadamente reportes de ventas y transacciones.
- Identifica oportunidades de mejora en la tienda virtual.
- Relaciona datos observados con aspectos de experiencia del usuario.
- Presenta conclusiones y propuestas de optimización de manera fundamentada.

Instrumentos:

- Ejercicio práctico de revisión y análisis de reportes.
- Informe breve de análisis de ventas y experiencia del usuario.
- Presentación oral o exposición de resultados.
- Lista de cotejo para verificación de interpretación y propuestas.

Criterios de valoración:

- Precisión en la lectura de datos.
- Capacidad de análisis crítico.
- Pertinencia de las mejoras propuestas.
- Relación entre resultados observados y decisiones sugeridas.

5. PREPARACIÓN PREVIA DEL ESTUDIANTE:

Previo a la actividad práctica, el estudiante deberá:

- Comprender cómo analizar ventas y transacciones en plataformas digitales.
- Conocer herramientas para generar reportes y métricas de comercio electrónico.
- Identificar indicadores clave de la experiencia del cliente y su impacto en la conversión de ventas.
- Analizar casos de optimización de procesos de compra y experiencia del usuario.
- Elaborar un esquema de monitoreo y mejora continua para la tienda online, facilitando la evaluación de la experiencia del cliente.

Lectura recomendada:

- Kim, S. (2022). *Gobierno electrónico para un siglo digital*. Ril editores. ISBN: 9789560109101
- Martín, P. (2018). *Teletrabajo y comercio electrónico*. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España. ISBN: 9788436958379

6. PROCEDIMIENTOS A EMPLEAR:

- Explicación del monitoreo de ventas y de la importancia del análisis de datos en ecommerce.
- Acceso al panel de reportes y herramientas analíticas de la plataforma utilizada.
- Revisión de transacciones, pedidos registrados y desempeño de productos.
- Análisis de indicadores básicos de ventas y comportamiento del cliente.
- Evaluación de la experiencia de navegación y del proceso de compra dentro de la tienda.
- Identificación de problemas, barreras o oportunidades de mejora.
- Elaboración de recomendaciones orientadas a optimizar la tienda virtual.
- Presentación de conclusiones del análisis realizado.

7. NORMAS DE SEGURIDAD:

- **Ambiente seguro:**

Es fundamental garantizar un entorno seguro y ordenado para la clase práctica. El aula o en casa (modalidad en línea) debe contar con condiciones adecuadas de ventilación, iluminación y espacio para la realización de actividades dinámicas. Se deberá identificar y minimizar riesgos potenciales, como obstáculos o mobiliario inadecuado, que puedan interferir con la movilidad o la interacción grupal.

- **Supervisión:**

El docente deberá supervisar todas las actividades prácticas para asegurar que se desarrollen de manera segura y conforme a las normas establecidas. Esto incluye brindar orientación oportuna, resolver dudas y garantizar la correcta implementación de las estrategias educativas diseñadas por los estudiantes.

- **Protocolos de interacción:**

Dado que la clase requiere trabajo en equipo e interacción continua, se promoverá el respeto mutuo, la comunicación asertiva y la prevención de conductas que puedan generar conflictos. Se establecerán reglas claras para garantizar un ambiente inclusivo y colaborativo.

- **Materiales y recursos:**

El uso de materiales educativos o tecnológicos deberá realizarse bajo la supervisión del docente. Los estudiantes deberán asegurarse de que los recursos sean utilizados de forma adecuada y en condiciones que eviten accidentes o daños.

- **Salud y bienestar:**

Se promoverá la atención a la salud física y emocional de los participantes. En caso de que un estudiante requiera atención por malestar o algún incidente, se activarán los protocolos correspondientes y se notificará de inmediato al personal responsable

8. FORMACIÓN EN VALORES Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS.

En esta unidad se desarrollan el pensamiento crítico, la capacidad analítica, la organización y la toma de decisiones basadas en evidencias. También se fortalece la responsabilidad digital y la ética profesional al trabajar con información comercial, así como la orientación hacia la mejora continua del servicio al cliente, en concordancia con el enfoque expuesto en la guía original.

9. CONCLUSIONES:

La práctica permite al estudiante monitorear ventas, interpretar reportes básicos y evaluar la experiencia del usuario dentro de la tienda virtual. Con ello, fortalece la comprensión del uso estratégico de los datos para optimizar procesos, mejorar la navegación y contribuir a la toma de decisiones en el comercio electrónico.

10. RECOMENDACIONES:

- Revisar periódicamente los reportes de ventas y transacciones.
- Detectar oportunidades de mejora en la navegación y en el proceso de compra.

- Utilizar la información obtenida para tomar decisiones fundamentadas de optimización.
- Mantener una visión centrada en la experiencia y satisfacción del cliente.
- Relacionar siempre los datos cuantitativos con observaciones cualitativas sobre el comportamiento del usuario.