



FORMACIÓN ONLINE

Curso de Gestión de Marketplaces

Impulsa tu carrera y aprende con
los mejores profesionales del
sector eCommerce.



Índice

[1. Ficha Técnica](#)

[2. Visión Estratégica: Ventaja Competitiva sobre Ejecución Operativa](#)

[3. Pilares del Curso](#)

[4. Desmontando Mitos del Sector](#)

[5. Inversión](#)

[6. Preguntas Frecuentes](#)

[7. Resumen de Contenidos](#)

[Módulo 1 | Fundamentos de los Marketplaces](#)

[Módulo 2 | Amazon: Introducción y Configuración de la Cuenta](#)

[Módulo 3 | Logística en Amazon \(FBM, FBA, SFP y Estrategias Híbridas\)](#)

[Módulo 4 | Gestión de Productos e Inventario](#)

[Módulo 5 | Optimización de Listados y SEO en Amazon](#)

[Módulo 6 | Publicidad y Promoción \(Amazon Ads\)](#)

[Módulo 7 | Análisis de Datos y Métricas Clave](#)

[Módulo 8 | Expansión y Crecimiento de la Cuenta](#)

[Módulo 9 | Amazon Vendor](#)

[Módulo 10 | Otros Marketplaces](#)

[Módulo 11 | Estrategias Multimarketplace y Marketing Digital](#)

[Módulo 12 | Evaluación Final](#)

Curso de Gestión de Marketplaces

Domina el ecosistema marketplace como modelo de negocio competitivo para escalar tus ventas con control total del margen, la logística y la marca.

En **Elev8**, capacitamos a tu equipo mediante una metodología 100% accionable, diseñada para que cada lección se traduzca en una tarea resuelta.

1. Ficha Técnica

Aspecto	Detalle
Duración	38 horas de dedicación
Modalidad	Teleformación 100% online (Acceso 24/7)
Estructura	11 Módulos / 62 Lecciones / Evaluación Final
Acompañamiento Docente	Los alumnos cuentan con un tutor de guardia para resolver dudas técnicas en menos de 48h laborables.
Evaluaciones	Cada módulo tiene una evaluación de seguimiento y una evaluación final de consolidación del aprendizaje.

Al completar la formación, el alumno recibe la **Certificación Profesional de Elev8 Your Digital Skills**. Es un título propio que avala la adquisición de competencias prácticas reales, validado por nuestro ecosistema de expertos en activo.

2. Visión Estratégica: Ventaja Competitiva sobre Ejecución Operativa

El éxito en los canales de venta digitales no depende simplemente de subir productos a una plataforma, sino de **entender el marketplace como un ecosistema económico y un sistema competitivo** de alta exigencia. Este programa dota al profesional de una visión integral para gestionar entornos donde la marca no controla las reglas del juego ni el algoritmo, permitiendo pasar de la improvisación a la claridad estratégica en cada decisión de negocio.

Al finalizar el curso, el alumno habrá desarrollado la **capacidad de auditar la salud financiera y operativa de sus canales**, asegurando que el crecimiento en ventas no comprometa la rentabilidad ni la identidad de la marca. Se busca una ventaja estructural frente a quienes se limitan a ejecutar tareas, transformando al profesional en un estratega capaz de liderar la expansión internacional y multicanal con total control de sus márgenes.

3. Pilares del Curso

No solo enseñamos a gestionar plataformas; habilitamos capacidades estratégicas que transforman la competitividad y el control de tu equipo sobre el canal de ventas. Estos son los pilares prácticos del curso:

- **Arquitectura de Cuenta (Seller vs. Vendor):** Comprensión técnica de las diferencias financieras y operativas entre los modelos 1P y 3P para elegir la relación más rentable.
- **Logística como Palanca de Crecimiento:** Evaluación estratégica de **FBA, FBM y SFP** para optimizar el inventario, reducir costes operativos y mejorar el posicionamiento.
- **SEO de Relevancia y Conversión:** Análisis del algoritmo de Amazon (BSR) y optimización de listings no solo mediante keywords, sino basándose en el histórico y la relevancia competitiva.
- **Adquisición de Clientes con Amazon Ads:** Gestión de publicidad (Sponsored Products, Brands, Display) como un sistema integral de adquisición orientado a la rentabilidad.

- **Control de Margen y Datos:** Interpretación de métricas clave y reportes de rendimiento para tomar decisiones financieras basadas en datos reales de negocio.
- **Estrategia Multimarketplace:** Hoja de ruta para expandir la marca a **eBay, TikTok Shops, AliExpress, Miravia** y entornos **Mirakl**, manteniendo la coherencia de precios y branding.

4. Desmontando Mitos del Sector

El programa capacita al alumno para cuestionar falsas creencias que comprometen la viabilidad de la empresa:

1. **Vender más no siempre es ganar más:** Se prioriza el margen de beneficio sobre el volumen ciego de transacciones.
2. **El algoritmo no es una cuestión de suerte:** El éxito depende de una estructura de catálogo correcta y una claridad estratégica.
3. **La diversificación requiere estructura:** Abrir nuevos canales solo es crecimiento si no genera una sobrecarga operativa ineficiente.

5. Inversión

- **España:** 285€ (100% Bonificable con Fundae en España)
- **México:** \$5.700 MXN.
- **LATAM:** 300 USD.

Bonificación de la Formación (Solo para España):

Curso 100% bonificable por FUNDAE (aplicable en España)

Como entidad acreditada, **gestionamos todo el proceso** necesario para que el coste para tu empresa sea cero o mínimo. Nos encargamos de que tus **créditos de formación** se traduzcan en talento actualizado sin impacto en tu flujo de caja.

6. Preguntas Frecuentes

¿Qué pasa si mis empleados no tienen experiencia previa en Amazon?

No la necesitan. El curso establece una base sólida desde los fundamentos estratégicos hasta la gestión avanzada. El objetivo es que cualquier responsable de ventas o eCommerce adquiera el criterio necesario para supervisar y escalar el canal con seguridad.

¿Cómo es la comunicación con el profesor?

A través de nuestro campus virtual, los alumnos tienen un canal directo con expertos del sector para resolver dudas sobre la operativa de las plataformas o sobre cómo aplicar las estrategias a sus casos reales de negocio.

¿El contenido se queda obsoleto?

No. Aunque las interfaces de los marketplaces cambien, enseñamos la **lógica del sistema competitivo y el modelo económico**. Si una plataforma como Amazon realiza una actualización estructural crítica, el curso se mantiene actualizado para reflejar los nuevos parámetros que afecten a la rentabilidad o al algoritmo.

¿La certificación es oficial o universitaria?

Emitimos una Certificación Profesional propia de **Elev8**. Nuestro enfoque no es académico-regulado, sino técnico y pragmático, validando habilidades accionables que permiten gestionar negocios reales en marketplaces, una disciplina que las instituciones tradicionales aún no cubren con este nivel de profundidad operativa.

7. Resumen de Contenidos

Los contenidos de esta formación se han dividido en **lecciones agrupadas en 11 módulos** en total.

Módulo 1 | Fundamentos de los Marketplaces

Este módulo introductorio establece una base sólida sobre el funcionamiento y los modelos de negocio de los marketplaces. Se analizan las diferencias clave con una tienda online propia y se definen las estrategias iniciales, evaluando ventajas y riesgos antes de comenzar a operar.

Objetivos del módulo

- Comprender qué es un marketplace y cómo se diferencia de una tienda online propia.
- Identificar los principales modelos de negocio (B2C, B2B, C2C).
- Analizar ventajas competitivas y riesgos asociados.
- Definir una estrategia inicial de entrada al canal marketplace.

Listado de Lecciones

Lección 1 | Introducción a los Marketplaces

Lección 2 | Ventajas y Desventajas de Vender en Marketplaces

Lección 3 | Tipos de Vendedores y Roles en Marketplaces

Lección 4 | Marketplaces y canibalización

Lección 5 | Preparación y Estrategia Inicial

Módulo 2 | Amazon: Introducción y Configuración de la Cuenta

Se aborda la estructura de Amazon detallando las diferencias operativas entre los modelos Seller (3P) y Vendor (1P). El contenido guía al alumno en la creación y configuración profesional de una cuenta en Seller Central, estableciendo parámetros fiscales y logísticos iniciales.

Objetivos del módulo

- Comprender las diferencias entre modelo 3P (Seller) y 1P (Vendor).
- Crear y configurar correctamente una cuenta en Seller Central.
- Establecer parámetros fiscales, logísticos y operativos iniciales.

Listado de Lecciones

Lección 6 | Estructura de Amazon: Seller Central vs. Vendor Central

Lección 7 | Creación de la Cuenta en Seller Central

Anexo Lección 7 | Proceso de creación de cuenta en Seller Central

Lección 8 | Estructura de la Plataforma: Panel Principal

Lección 9 | Configuraciones Básicas de la Cuenta

Módulo 3 | Logística en Amazon (FBM, FBA, SFP y Estrategias Híbridas)

Este bloque profundiza en los diversos modelos logísticos de Amazon y su impacto directo en la rentabilidad y el posicionamiento del negocio. Los estudiantes aprenden a

gestionar inventarios, envíos y devoluciones, diseñando estrategias acordes al volumen y tipo de producto.

Objetivos del módulo

- Comprender las diferencias operativas y estratégicas entre FBM, FBA y SFP.
- Diseñar una estrategia logística acorde al tipo de producto y volumen.
- Gestionar inventario, envíos, devoluciones y performance logística.

Listado de Lecciones

Lección 10 | Modelos logísticos en Amazon

Lección 11 | FBM (Fulfillment by Merchant)

Lección 12 | Seller Fulfilled Prime (SFP)

Lección 13 | Introducción a FBA

Lección 14 | Generación de Planes de Envío

Lección 15 | Reconciliación de Inventario, Retiros y Devoluciones

Lección 16 | El IPI y Solicitud de Ampliación de Inventario

Lección 17 | Envíos Multicanal con Logística de Amazon (MCF)

Módulo 4 | Gestión de Productos e Inventario

Se centra en los aspectos estratégicos de la selección de productos mediante el análisis de la demanda y la competencia. Además, cubre la protección de marca a través de Amazon Brand Registry y la creación estructurada de listings y variantes de catálogo.

Objetivos del módulo

- Seleccionar productos con base en análisis de demanda y competencia.
- Registrar y proteger marca mediante Brand Registry.
- Crear y gestionar listings optimizados.
- Gestionar variantes y estructuras de catálogo complejas.

Listado de Lecciones

Lección 18 | Cómo Seleccionar Productos para Amazon

Lección 19 | Protección de marca: Amazon Brand Registry y Brand Gating

Lección 20 | Creación y Gestión de Listings

Lección 21 | Principales Códigos de Error (Ficheros y API)

Lección 22 | Variantes de Producto y Gestión de SKUs

Módulo 5 | Optimización de Listados y SEO en Amazon

Este módulo enseña técnicas avanzadas para mejorar el posicionamiento interno y la conversión mediante la optimización de títulos, imágenes y contenido A+. También se explora el algoritmo de Amazon (BSR), la gestión de reseñas y las estrategias para ganar la Buy Box.

Objetivos del módulo

- Comprender el algoritmo de Amazon y el rol del BSR.
- Optimizar títulos, descripciones e imágenes.
- Gestionar reseñas y mejorar la conversión.
- Competir por la Buy Box.

Listado de Lecciones

Lección 23 | Fundamentos de SEO en Amazon: El BSR y su relevancia

Lección 24 | Títulos y Descripciones Persuasivas

Lección 25 | Análisis de Palabra Clave

Lección 26 | Imágenes y Contenido A+

Lección 27 | Creación de la Brand Store

Lección 28 | Evaluaciones, Reseñas de Producto y Amazon Vine

Lección 29 | Promociones y Descuentos Especiales

Lección 30 | Buy Box: Requisitos y cómo competir por ella

Lección 31 | La “Honeymoon” de Amazon

Lección 32 | Herramientas de Repricing

Módulo 6 | Publicidad y Promoción (Amazon Ads)

Dedicado íntegramente al marketing pagado, este módulo cubre la configuración de campañas en Sponsored Products, Brands y Display. El objetivo es aprender a optimizar la inversión publicitaria basándose en métricas críticas de rentabilidad como el ACOS y el ROAS.

Objetivos del módulo

- Configurar campañas en Sponsored Products, Brands y Display.
- Interpretar métricas clave: ACOS, ROAS, CTR, CPC.
- Optimizar campañas en función de rentabilidad.

Listado de Lecciones

Lección 33 | Introducción a Amazon Advertising

Lección 34 | Sponsored Products

Lección 35 | Sponsored Brands

Lección 36 | Sponsored Display

Lección 37 | Optimización de Campañas

Módulo 7 | Análisis de Datos y Métricas Clave

Los participantes aprenden a interpretar los reportes fundamentales de Seller Central para la toma de decisiones basada en datos. Se enfoca en la construcción de dashboards personalizados y el seguimiento de KPIs estratégicos para evaluar el rendimiento del canal.

Objetivos del módulo

- Interpretar reportes clave de Seller Central.
- Construir dashboards y KPIs estratégicos.
- Tomar decisiones basadas en datos.

Listado de Lecciones

Lección 38 | Reportes Básicos en Seller Central

Lección 39 | Métricas de Rendimiento

Lección 40 | Creación de Dashboards y KPIs

Módulo 8 | Expansión y Crecimiento de la Cuenta

Se explora el diseño de estrategias de internacionalización a través de Amazon Global Selling y técnicas para escalar operaciones. También se abordan temas críticos como la automatización de procesos y la gestión de crisis o suspensiones de cuenta.

Objetivos del módulo

- Diseñar estrategias de internacionalización.
- Automatizar procesos y escalar operaciones.
- Gestionar crisis y suspensiones de cuenta.

Listado de Lecciones

Lección 41 | Internacionalización y Amazon Global Selling

Lección 42 | Estrategias de Escalado y Automatización

Lección 43 | Gestión de Crisis y Casos Problemáticos

Módulo 9 | Amazon Vendor

Este apartado se especializa en el modelo de relación directa con Amazon (1P), cubriendo el proceso de alta y los requisitos necesarios. Se enseña la gestión específica de pedidos de compra (POs), logística y métricas financieras propias de Vendor Central.

Objetivos del módulo

- Comprender el modelo Vendor (1P).
- Gestionar catálogo, POs y logística.
- Analizar métricas financieras y de suministro.

Listado de Lecciones

Lección 44 | Introducción a Amazon Vendor Central

Lección 45 | Requisitos y Proceso de Alta en Vendor

Lección 46 | Gestión de Catálogo en Vendor

Lección 47 | Pedidos de Compra (POs) y Logística en Vendor

Lección 48 | Marketing y Promociones en Vendor

Lección 49 | Reporting y KPI de Vendor

Módulo 10 | Otros Marketplaces

El curso expande su visión más allá de Amazon, evaluando oportunidades en plataformas como eBay, TikTok Shops, AliExpress y Miravia. Se analizan las particularidades de cada ecosistema y cómo adaptar la estrategia de SEO y publicidad a estos entornos.

Objetivos del módulo

- Evaluar oportunidades más allá de Amazon.
- Adaptar estrategia a eBay, TikTok Shops y marketplaces Mirakl.

Listado de Lecciones

Lección 50 | Pensar en Marketplaces Más Allá de Amazon

Lección 51 | eBay: Optimización de Listados y SEO

Lección 52 | eBay: Promociones y Publicidad

Lección 53 | TikTok Shops: Introducción

Lección 54 | Contenido y Promoción en TikTok

Lección 55 | Características de AliExpress y Miravia

Lección 56 | Marketplaces Mirakl (Carrefour, Leroy Merlin, etc.)

Módulo 11 | Estrategias Multimarketplace y Marketing Digital

El módulo final enseña a diseñar una estrategia multicanal coherente que integre branding y precios en diferentes plataformas. También cubre acciones de marketing externo, como email marketing y retargeting, para potenciar el crecimiento del negocio.

Objetivos del módulo

- Diseñar estrategia multicanal coherente.

- Gestionar pricing y branding entre plataformas.
- Integrar herramientas sin generar sobrecarga operativa.

Listado de Lecciones

Lección 57 | Evaluar la Expansión a Otros Marketplaces

Lección 58 | Integración Multicanal y Riesgos de Sobrecarga de Herramientas

Lección 59 | Marketing Off-Amazon y Fuentes de Tráfico Externo

Lección 60 | Branding y Gestión de Imagen de Marca

Lección 61 | Email Marketing, Chatbots y Retargeting

Lección 62 | Estrategia de Precios y Competitividad Multicanal

Módulo 12 | Evaluación Final

Una instancia de cierre para evaluar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso y validar la comprensión integral del curso.



¿Hablamos?

Escríbenos a:

hola@elev8.school

Llámanos al:

+34 910 783 037