



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

Temario: Diplomatura en Marketing Integral

La presentación de los temas a continuación, están delineados en un formato de curso de 9 meses. El contenido está repartido en 7 módulos más el espacio de acompañamiento que conforma el taller de Proyectos.

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Módulo 1: De la idea a la acción

¿Qué es una idea? ¿Cómo convierto esa idea en un proyecto?.

Mejorar la gestión del tiempo. Coaching. Marketing personal.

Planificación y objetivos.

Módulo 2: Modelos de Negocios - Mercado y estrategia

Introducción que es el marketing y sus aplicaciones

Planteo de marco estratégico - Análisis de contexto macro y microambiente

Modelos de negocio - cadena de valor

Consumidor, mercado. Segmentación, diferenciación. Valor para el cliente. Tendencias y comportamientos del usuario online. Comportamientos del usuario en Social Media.

Módulo 3: Gestión de marcas

Introducción al mundo de las marcas. Marcas con propósito. Branding. Identidad. Esencia. Personalidad. Valor Capital Marca. Propuesta de Valor. Posicionamiento.

Módulo 4: Investigación de mercado

Brief y propuesta de investigación. Utilidad de la investigación de mercado y la inteligencia comercial. Fuentes, herramientas & aplicación. Entrevista, Encuesta, Observación. Métricas y análisis.

Módulo 5: Propuesta de Valor para productos y servicios

Implementación de la Propuesta de valor. Mix comercial para productos y servicios. Ventaja competitiva: Diferenciación.

¿Qué es un producto?. Clasificación. Niveles de Producto. Packaging. Ciclo de Vida de Producto. Cartera o portfollio de productos. Extensión de línea.

Estrategias de Precios. Estrategia de ajustes de precios. Estrategia de canal.

Evidencia Física, Procesos, Personas. Características de los servicios. Desarrollo y diseño del Servicio. Momento de la Verdad. Flor del Servicio. Experiencia de cliente. Omnicanalidad en la venta de producto/servicio. Impacto de internet y los negocios online en el mix comercial.

Módulo 6: Comunicación 360°

¿Qué decir, cómo y dónde?. Mensaje. Medios y Herramientas: Publicidad, Promoción, Marketing. directo, RR.PP. (Gacetilla de Prensa).

Ecosistema digital: Conceptos básicos e introductorios del Marketing Digital.

Contenido y Redes sociales. Casos de éxito.

Primeros pasos para construir Storytelling de Marca.

Identidad visual Digital

Módulo 7: El proyecto en números

Entender las bases para la cuantificación de un Proyecto comercial. Planificación y aprendizaje en la práctica. Herramientas para estimar la demanda, cuantificar los objetivos y analizar los resultados. Análisis de viabilidad de negocio. Análisis de proyecto a 1 año vista. Estado de resultados. Punto de Equilibrio. Indices.

Taller de Proyectos:

Es un espacio generado de acompañamiento a los alumnos para plasmar las ideas y lograr la aplicación del armado de un Proyecto comercial. Son 4 encuentros de avance para acompañar a los alumnos a lograr el objetivo final de la Diplomatura: Poder presentar la idea de proyecto comercial/profesional/personal en el contexto de un Plan de Marketing.

De acuerdo a la evolución de cada equipo, pueden disponer de un espacio de mentoría opcional en grupo de hasta 2 encuentros adicionales.

CRONOGRAMA DE CLASES

N° Clase	Nombre del Módulo	Horas
1	1. De la idea a la acción	3
2	1. De la idea a la acción	3
3	1. De la idea a la acción	3
4	2. Modelos de Negocios: Mercado y estrategia	3
5	2. Modelos de Negocios: Mercado y estrategia	3
6	2. Modelos de Negocios: Mercado y estrategia	3
7	2. Modelos de Negocios: Mercado y estrategia	3
8	1. De la idea a la acción	3
9	3. Gestión de marcas	3
10	3. Gestión de marcas	3
11	3. Gestión de marcas	3
12	4. Investigación de mercado	3
13	4. Investigación de mercado	3
14	4. Investigación de mercado	3
15	4. Investigación de mercado	3
16	7. El proyecto en números (introducción)	3
	Total Hs. 1ra. Parte	48
	RECESO DE INVIERNO: 2 SEMANAS	
17	8. Taller de proyectos	3

18	5. Propuesta de Valor para Productos y Servicios	3
19	5. Propuesta de Valor para Productos y Servicios	3
20	5. Propuesta de Valor para Productos y Servicios	3
21	5. Propuesta de Valor para Productos y Servicios	3
22	8. Taller de proyectos	
23	5. Propuesta de Valor para Productos y Servicios	3
24	5. Propuesta de Valor para Productos y Servicios	3
25	5. Propuesta de Valor para Productos y Servicios	3
26	8. Taller de proyectos	3
27	6. Comunicación 360°	3
28	6. Comunicación 360°	3
29	6. Comunicación 360°	3
30	6. Comunicación 360°	3
31	8. Taller de proyectos	3
32	7. El proyecto en números	3
33	7. El proyecto en números	3
34	7. El proyecto en números	3
35	7. El proyecto en números	3
36	Taller de proyectos final - Presentación Propuestas	5
	Total Hs. 2da. Parte	59
	Total Horas	118
		48
	Total hs. Diplomatura	107