



**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
	<b>Total Hs. 1ra. Parte</b>	<b>48</b>
	<b>RECESO DE INVIERNO: 2 SEMANAS</b>	
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	<b>8. Taller de proyectos</b>	
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	<b>8. Taller de proyectos</b>	<b>3</b>
27	6. Comunicación 360°	3
28	6. Comunicación 360°	3
29	6. Comunicación 360°	3
30	6. Comunicación 360°	3
31	<b>8. Taller de proyectos</b>	<b>3</b>
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	<b>Taller de proyectos final - Presentación Propuestas</b>	<b>5</b>
	<b>Total Hs. 2da. Parte</b>	<b>59</b>
	<b>Total Horas</b>	<b>118</b>
		48
	<b>Total hs. Diplomatura</b>	<b>107</b>