



UTN.BA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

TEMARIO Diplomatura en Marketing Integral - Modalidad Intensiva

La presentación de los temas a continuación, están delineados en un formato de curso de 4 meses. El contenido está repartido en 6 módulos más el espacio de acompañamiento que conforma el taller de Proyectos.

Módulo 1: 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 2: Gestión de marcas

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

Módulo 3: 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 4: 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 portfolio 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 5: 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 6: 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 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	Horario	Cantidad de horas	Observaciones
1	1. Introducción a la Diplomatura	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
2	1. Mercado y estrategia	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
3	1. Mercado y estrategia	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
4	1. Mercado y estrategia	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
5	1. Mercado y estrategia	19 a 21:30 hs.	2,5	asincronica
6	2. Gestión de marcas	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
7	2. Gestión de marcas	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
8	2. Gestión de marcas	19 a 21:30 hs.	2,5	asincronica
9	Taller de proyectos	19 a 21:30 hs.	2,5	taller sin crónico
10	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
11	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
12	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
13	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
14	3. Investigación de mercado e inteligencia comercial	19 a 21:30 hs.	2,5	asincronica
15	Taller de proyectos	19 a 21:30 hs.	2,5	taller sin crónico
16	4. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
17	4. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
18	4. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
19	4. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
20	4. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
21	Taller de proyectos	19 a 21:30 hs.	2,5	taller sin crónico
22	5. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
23	5. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
24	5. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
25	5. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.	2,5	asincronica
26	6. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
27	6. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
28	6. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
29	6. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.	2,5	asincronica
30	6. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.	2,5	asincronica
31	Taller de proyectos	19 a 21:30 hs.	2,5	taller sin crónico
32	Taller de proyectos final - Presentación Propuestas	19 a 21:30 hs.	2,5	sin crónica
Total hs. Diplomatura			80	