



**UTN.BA**  
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL  
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

## **Diplomatura en Marketing Integral: temario y cronograma de clases**

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: Modelos de Negocio Mercado y estrategia**

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

¿Qué es un Plan de Marketing?. Etapas- Objetivos.

Trabajar con Agilidad. Introducción a metodologías ágiles para la aplicación práctica durante la cursada. Entrega de valor a corto plazo.

Análisis estratégico. Herramientas de macro y microentorno. Modelos de negocio.

Modelo CANVAS. Negocios con propósito. Empresas B y Empresas Sociales.

Tendencias de mercado y consumo. Ecosistema de emprendimientos.

#### **Módulo 2: Gestión de marcas e investigación de mercados**

Conceptos fundamentales de la construcción y gestión de marcas

Introducción al mundo de las marcas.

Comportamiento de compra y consumo. Influencias socioculturales y cambios de paradigmas. Segmentación y posicionamiento.

Investigación de mercados

Objetivos, proceso y metodologías de investigación. Fundamentos de investigación cualitativa y cuantitativa. Construcción de cuestionarios. Estimación de demanda.

### **Módulo 3: 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. Experiencia de cliente. Customer Journey Map. Omnicanalidad en los negocios.

### **Módulo 4: 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 5: El proyecto en números**

Entender las bases para la cuantificación de un Proyecto comercial. Planificación y aprendizaje en la práctica. Cuantificación de los objetivos y análisis de resultados. Análisis de viabilidad de negocio. Análisis de proyecto a 1 año vista. Estado de resultados. Punto de Equilibrio. Indices.

### **Módulo 0: 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 a lo planificado.

## CRONOGRAMA DE CLASES

N° Clase	Nombre del Módulo	Horario
1	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	19 a 21:30 hs.
2	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	19 a 21:30 hs.
3	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	19 a 21:30 hs.
4	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	19 a 21:30 hs.
5	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	19 a 21:30 hs.
6	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	19 a 21:30 hs.
7	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	19 a 21:30 hs.
8	<b>0. Módulo Tutoría Proyecto</b>	<b>19 a 21:30 hs.</b>
9	5. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.
10	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
11	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
12	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
13	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
14	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
15	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
16	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
<b>RECESO DE INVIERNO</b>		
17	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	19 a 21:30 hs.
18	5. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.
19	<b>0. Módulo Tutoría Proyecto</b>	19 a 21:30 hs.
20	3. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.
21	3. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.

<b>22</b>	3. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.
<b>23</b>	3. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.
<b>24</b>	3. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.
<b>25</b>	3. Propuesta de valor para productos y servicios	19 a 21:30 hs.
<b>26</b>	5. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.
<b>27</b>	<b>0. Módulo Tutoría Proyecto</b>	19 a 21:30 hs.
<b>28</b>	4. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.
<b>29</b>	4. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.
<b>30</b>	4. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.
<b>31</b>	4. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.
<b>32</b>	4. Comunicación 360°	19 a 21:30 hs.
<b>33</b>	<b>0. Módulo Tutoría Proyecto</b>	19 a 21:30 hs.
<b>34</b>	8. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.
<b>35</b>	8. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.
<b>36</b>	8. El proyecto en números	19 a 21:30 hs.
<b>37</b>	Presentación de Proyectos con Panel	17:30 a 22 hs.
<b>Total hs. Diplomatura</b>		<b>98</b>