



UTN.BA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL BUENOS AIRES

Diplomatura en Marketing Integral Modalidad Intensiva

Temario y Cronograma de clases

La presentación de los temas a continuación, están delineados en un formato de curso de 4 meses. El contenido está repartido en 6 módulos.

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Módulo 1: Modelos de Negocios - Mercado y estrategia

Introducción que es el marketing y sus aplicaciones. Plan de Marketing.

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

Valor Capital de Marca Basado en el Cliente (Modelo VMCBA). Estrategias de desarrollo marcario.

Comportamiento de compra y consumo. Modelo decisorio del consumidor. Objetivos y proceso de investigación. Fundamentos de investigación cualitativa y cuantitativa.

Programación de cuestionarios en Google Forms. Método "cascada" para estimación de la demanda.

Módulo 3: Propuesta de Valor para productos y servicios

Mix comercial para productos y servicios. Ventaja competitiva: Diferenciación.
4p's y 7p's

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. Flor del Servicio. Experiencia de cliente. Omnicanalidad en la venta de producto/servicio.

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: Introducción al análisis cuantitativo

Entender las bases para la cuantificación de un Proyecto comercial. Estado de Resultado. Contribución marginal.

CRONOGRAMA DE CLASES

N° Clase	Nombre del Módulo	Cantidad de horas
1	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	2,5
2	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	2,5
3	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia	2,5
4	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia*	2,5
5	1. Modelos de Negocio, Mercado y Estrategia*	2,5
6	5. Introducción al análisis cuantitativo	2,5
7	5. Introducción al análisis cuantitativo*	2,5
8	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado*	2,5
9	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	2,5
10	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	2,5
11	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado	2,5
12	2. Gestión de marcas e Investigación de mercado*	2,5
13	5. Introducción al análisis cuantitativo	2,5
14	5. Introducción al análisis cuantitativo*	2,5
15	5. Introducción al análisis cuantitativo*	2,5
16	3. Propuesta de valor para productos y servicios	2,5
17	3. Propuesta de valor para productos y servicios	2,5
18	3. Propuesta de valor para productos y servicios	2,5
19	3. Propuesta de valor para productos y servicios*	2,5
20	4. Comunicación 360°	2,5
21	4. Comunicación 360°	2,5
22	4. Comunicación 360°	2,5
23	4. Comunicación 360°*	2,5
24	Tutoría Actividades Integradoras	2,5
25	Presentación de Actividades Integradoras	2,5
	Total hs. Diplomatura	63

*Son clases asincrónicas grabadas para que el alumno los vaya visualizando durante la cursada.