

UNTREF

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

UNTREF

VIRTUAL

**DIPLOMATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN Y
TRANSFORMACIÓN DE LOS NEGOCIOS AL MUNDO
DIGITAL. ORIENTADA AL COMERCIO ELECTRÓNICO**

Modalidad a Distancia

Creación, Septiembre de 2019

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Designación: DIPLOMATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LOS NEGOCIOS AL MUNDO DIGITAL. ORIENTADA AL COMERCIO ELECTRÓNICO

Modalidad: a Distancia

Nivel académico: Curso de extensión

Duración del plan de estudios: 1 año (dos cuatrimestres)

Tipo de plan de estudios: Estructurado.

2. FUNDAMENTACIÓN

La transformación digital del mundo es una inmejorable oportunidad estratégica de incorporar las nuevas herramientas que provee la tecnología, y a su vez nuevas dinámicas que permitan que el negocio sea más rentable y traiga nuevas oportunidades.

La adaptación de los Negocios y los Emprendedores al nuevo entorno digital requiere de la utilización de la tecnología disponible, que deberán aprovechar las nuevas oportunidades que ofrece el "mundo digital" no solo para lograr la adaptación del negocio a los nuevos paradigmas y su crecimiento, sino también para no perecer ante ellos.

3. OBJETIVO DEL CURSO

La Diplomatura tiene por objetivo:

- Que los participantes desarrollen habilidades de comunicación y marketing digital para transformar su Negocio/Emprendimiento al nuevo paradigma impulsado por el "mundo digital", conociendo los alcances y las diversas posibilidades tecnológicas.

4. DESTINATARIOS

Estudiantes, profesionales e interesados en la Comunicación, el Marketing y Administración de Empresas.

5. REQUISITOS DE ADMISIÓN

- Estudios Secundarios completos o Educación Polimodal completa.

6. RÉGIMEN DE CURSADA

La cursada de la Diplomatura se desarrolla a distancia y contempla el cursado de 4 (cuatro) materias por cuatrimestre. Cada materia está compuesta por 4 Unidades, cada una de las cuales se cierra con un Trabajo Práctico integrador de los contenidos vistos. La materia se aprueba con la presentación y aprobación de los 4 (cuatro) Trabajos Prácticos y la presentación y aprobación de un Trabajo Práctico final.

7. PLAN DE ESTUDIOS

Nombre de la actividad	Régimen de cursada (cuatrimestral, bimestral, mensual)	Carga horaria semanal	Carga horaria total
1er cuatrimestre			
Cultura Digital	cuatrimestral	4	64
Estrategia Digital I	Cuatrimestral	4	64
Campañas en Google y YouTube: SEO y SEM	Cuatrimestral	4	64
Social Media: Creatividad y Diseño	Cuatrimestral	4	64
2do cuatrimestre			
E-Commerce: modelos exitosos	Cuatrimestral	4	64
Estrategia Digital II	Cuatrimestral	4	64
Mobile Marketing	Cuatrimestral	4	64
Big Data: Herramientas de Medición	cuatrimestral	4	64
Carga horaria total			512

8. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ACTIVIDADES

1. Cultura Digital

- Cambios en el paradigma de consumo: a la calle versus electrónico
- Las transformaciones específicas del medio digital. Casos paradigmáticos: Netflix y Blockbuster
- La transición hacia un modelo digital de comercio electrónico y sus posibles híbridos
- Avances en marketing digital: nociones fundamentales
- Nuevos modelos de negocios. Amazon, Uber, Airbnb
- El crecimiento de la economía compartida. Rappi, Glovo y la transformación de las plataformas
- El nuevo rol del consumidor como proveedor ocasional de bienes o servicios
- El Smartphone como centro comercial y punto de reunión para vendedores y consumidores
- Introducción al E-Commerce y las redes sociales: ¿quiénes son los nuevos usuarios?

2. Estrategia Digital I

- Estrategia de negocios: plan de acción, objetivos y metas, análisis FODA, posicionamiento, costos y retorno de la inversión.
- Estrategia de marketing: el plan de marketing, tipos de estrategia, estrategias y tácticas para empresas, pymes organizaciones y emprendedores.
- La estrategia orientada al consumidor.

3. Campañas en Google y YouTube: SEO y SEM

- Google AdWords, Google Display y otras herramientas.
- ¿Cómo se utilizan? SEO/SEM/Google Trends
- Seguimiento de un anuncio.
- Herramientas de medición: Google Analytics.
- Video marketing: manejo de YouTube y su campo de acción
- Campañas para mobile cpa, cpm, cpc y cpv.

4. Social Media: Creatividad y Diseño

- Qué es el Branding. Imagen Corporativa.
- Marketing Digital e integración publicitaria.
- Cómo comunicar tu marca, producto o negocio en redes sociales.
- Cómo gestionar ideas como un profesional. Métodos y Técnicas Creativas.
- Qué es el Storytelling y el Storydoing.
- Contenidos Social Media: Always On, Real-time, activaciones, promo, cobertura de eventos, topics.
- Las redes y sus formatos. Trends y nuevas tecnologías.
- Qué es el pensamiento de Diseño.
- El diseño y su método: el cambio en las empresas a través del diseño.
- Diseño de productos Digitales. Principios Básicos del Diseño de Interfaces. Experiencia de Usuario y Usabilidad. Diseño UX/UI.
- Herramientas de Diseño Gráfico y Audiovisual. Aplicaciones y programas profesionales.
- Video / Fotografía y Retoque. Cámaras, dispositivos y apps de optimización de imágenes.
- Diseños de Portfolios. Plataformas. plantillas y mejores usos.

5. E-Comerce: modelos exitosos

- Comercio electrónico: Qué, porque, cómo, cuando
- Comportamiento y experiencia de compra
- Gestión y recursos
- Plataformas propias
- Tiendas online (como TiendaNube o Wix)
- Introducción, definiciones y base
- Plataformas disponibles
- Adquisición e inversión
- Plataformas externas
- Plataformas de comercio (MercadoLibre, Amazon, Alibaba, otras)
- Casos de Éxito

6. Estrategia Digital II

- Transformación digital: estrategia de marketing digital, redes sociales y contenido.

- Estrategia publicitaria: planificación de campañas, campañas en Facebook e Instagram.
- Campañas publicitarias: Formatos de Anuncios para cada contexto.
- Email Marketing, GSP, otras
- Casos de Éxito
-

7. Mobile Marketing

- Definición de Marketing Móvil - Usos y Ventajas
- Panorama actual de los dispositivos móviles
- Perfil del usuario móvil - Conocer a la audiencia
- Buenas prácticas y estrategias - La importancia de las mediciones
- Evolución de los móviles
- El SMS, efectividad y masividad. Tipo de Campañas SMS
- Sitios Webs Móviles Vs Apps ¿Qué necesito?
- WhatsApp y WhatsApp Web, usos y fortalezas. WhatsApp Marketing, la innovación. WhatsApp Business
- Usos de los Códigos Bidimensionales
- Qué es el mobile advertising
- Los Advergames
- La utilidad de los Asistentes virtuales
- WiFi marketing, una tendencia

8. Big Data: Herramientas de Medición

- Herramientas de medición: Google Analytics y Facebook Insights
- Diferencias entre Big Data, Medium Data y Small Data.
- Extracción de datos: scrapping y data mining
- Procesamiento de datos: como darle valor a los datos. Herramientas.
- Visualización de datos: infografías, presentaciones, esquemas y mapas
- Social listening: de los influencers a la escucha activa.
- El uso de datos como centro de la transformación digital.