

PARANÁ, 30 AGO 2024

VISTO:

El Expediente N° S01:0004626/2024 UADER\_GESTION, referido a la "Diplomatura en Marketing Digital" de la Facultad de Ciencias de la Gestión; y

CONSIDERANDO:

Que por Resolución "C.D." N° 276/24 FCG la Facultad de Ciencias de la Gestión avala y recomienda aprobar la propuesta denominada "Diplomatura en Marketing Digital" de la Facultad de Ciencias de la Gestión.-

Que la mencionada diplomatura se ajusta a los lineamientos establecidos en la Ordenanza "CS" N° 163 UADER, que tiene por finalidad la capacitación, actualización y perfeccionamiento en un campo disciplinar determinado.-

Que la propuesta de la Facultad de Ciencias de la Gestión constituye una instancia de formación que se enfoca especialmente en desplegar un marco conceptual propicio para llevar adelante negocios en entornos digitales y mejorar las estrategias de comunicación ligadas a la comercialización de productos y servicios, con el principal objetivo de desarrollar competencias diagnósticas y estrategias de negocio.-

Que la misma contempla nueve (9) módulos, cada uno con una duración de veinte (20) horas, lo que suma un total de ciento ochenta (180) horas de formación integral. A lo largo de cada mes, los participantes tendrán la oportunidad de asimilar los contenidos, participar en actividades prácticas y completar las evaluaciones correspondientes.-

Que toman intervención el Departamento Programas y Proyectos dependiente de la Secretaría de Integración y Cooperación, y la Dirección de Asuntos Académicos de la Secretaría Académica de la Universidad, emitiendo dictamen de su competencia.-

Que el Decano y la Secretaria de Extensión de la Facultad de Ciencias de la Gestión (FCG) se dirigen al Sr. Rector de la Universidad elevando la propuesta para posterior tratamiento por parte de este Consejo Superior UADER.-

Que el Sr. Rector de la Universidad Autónoma de Entre Ríos toma conocimiento y remite estas actuaciones para su tratamiento.-

Que la Comisión Permanente de Extensión Universitaria del Consejo Superior, en despacho de fecha 29 de agosto de 2024, recomienda la aprobación de la

RESOLUCIÓN "CS" N° 319-24

"Diplomatura en Marketing Digital" 2024.-

Que este Consejo Superior en la sexta reunión ordinaria llevada a cabo el día 30 de agosto de 2024, resuelve por unanimidad de los presentes aprobar el despacho de la Comisión Permanente de Extensión Universitaria.-

Que es competencia de este Órgano resolver actos administrativos en el ámbito de la Universidad en uso pleno de la autonomía, de acuerdo al Artículo 269° de la Constitución de la Provincia de Entre Ríos "*La Universidad Provincial tiene plena autonomía. El Estado garantiza su autarquía y gratuidad...*", y en el Artículo 14° incisos a) y n) del Estatuto Académico Provisorio de la Universidad Autónoma de Entre Ríos aprobado por Resolución Ministerial N° 1181/2001 del Ministerio de Educación de la Nación.-

Que en ausencia del Sr. Rector en su carácter de Presidente del Consejo Superior se aplica lo establecido en la Ordenanza "CS" N° 041 UADER modificada por la Ordenanza "CS" N° 139 UADER, asumiendo la mencionada presidencia el Sr. Decano de la Facultad de Ciencias de la Vida y la Salud de la Universidad Autónoma de Entre Ríos.-

Por ello:

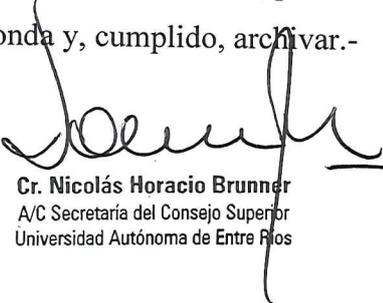
EL CONSEJO SUPERIOR DE LA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ENTRE RÍOS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°: Aprobar la "Diplomatura en Marketing Digital" de la Universidad Autónoma de Entre Ríos, con una carga horaria total de ciento ochenta (180) horas reloj, que como anexo único forma parte de la presente, en el marco de la Ordenanza "CS" N° 163 UADER, conforme los considerandos precedentes.-

ARTÍCULO 2°: Establecer que la "Diplomatura en Marketing Digital" estará a cargo de la Facultad de Ciencias de la Gestión UADER.-

ARTÍCULO 3°: Registrar, comunicar, publicar en el Digesto Electrónico UADER, notificar a quienes corresponda y, cumplido, archivar.-

  
Cr. Nicolás Horacio Brunner  
A/C Secretaría del Consejo Superior  
Universidad Autónoma de Entre Ríos

  
Esp. Biling. Anibal J. Sattler  
DECANO  
Fac. de Cs. de la Vida y la Salud  
U.A.D.E.R.

**ANEXO ÚNICO**  
**Diplomatura en Marketing Digital**

**1. Denominación:**

Diplomatura en Marketing Digital

**2. Resumen:**

La diplomatura en Marketing Digital constituye una instancia de formación que se enfoca especialmente en desplegar un marco conceptual propicio para llevar adelante negocios en entornos digitales y mejorar las estrategias de comunicación ligadas a la comercialización de productos y servicios.

La disciplina de marketing digital es considerada en la actualidad como innovadora, necesaria e imprescindible en diversos ámbitos institucionales y no institucionales que son habitados por las personas, contemplando un cúmulo de conocimientos que resultan altamente demandados por diferentes sectores de la sociedad.

El proceso de hiperespecialización que vive el marketing digital abre paso a disciplinas específicas que son complementarias y necesarias para llevar adelante una estrategia 360 grados. Según Philip Kotler (2006), uno de los padres del marketing moderno "Una estrategia de marketing 360° es un enfoque integral que conecta e integra todos los puntos de contacto del cliente y los canales de marketing para crear una experiencia de marca unificada y coherente, maximizando el impacto de la campaña de marketing en el mercado objetivo".

Los conocimientos y habilidades adquiridos en esta formación son recursos fundamentales para que los participantes dispongan de nuevas herramientas técnicas para manejarse en una pluralidad de rubros, especialmente en aquellos espacios que requieren las estrategias de marketing digital para potenciar e incrementar el éxito.

**3. Responsables**

Facultad de Ciencias de la Gestión.

**4. Fundamentación**

La diplomatura en Marketing Digital registra antecedente dictado mediante resolución "CS" N°251-22 durante el año 2023 en sede de Facultad de Ciencias de la Gestión.

La importancia y magnitud de esta propuesta pone énfasis en el fortalecimiento de los conocimientos vinculados a los entornos digitales, utilizando estrategias apropiadas en cada uno de los escenarios que se presenten, aplicando la mejor alternativa posible para cada caso. Resulta imprescindible el manejo de estas herramientas para mejorar la

## RESOLUCIÓN "CS" N° 319-24

performance en lugares de trabajo logrando ser mayormente eficientes.

En el último tiempo, el desarrollo del marketing digital fue cobrando cada vez más fuerza y relevancia, a partir del uso otorgado a las estrategias comunicacionales en entornos digitales como parte del mecanismo que conduciría potenciar el éxito y expansión de las instituciones, sectores productivos, emprendedores, comerciantes, entre otros.

El advenimiento de internet en la vida cotidiana provoca la emergencia de un nuevo paradigma que trasciende a las personas, organismos, instituciones, empresas y comunidades generando nuevas formas de vincularse, de realizar transacciones, o de buscar información.

Esta propuesta formativa propone una serie de encuentros destinados a reconocerla aplicación de herramientas de publicidad, promoción y comercialización desde un abordaje estratégico. Todos estos componentes forman parte de la amplia gama que abarca y contempla el marketing digital, y que resultan diferenciadores del resto a la hora de aplicar los diferentes métodos.

Considerando el avance tecnológico, actualización y modernización constante, resulta clave desarrollar nuevas y constantes propuestas de formación y actualización a lo cual esta diplomatura puede contribuir. El Marketing digital contempla un amplio espectro de formación teórica y técnica para estudiantes o graduados en carreras vinculadas al marketing, comunicación social u otras carreras afines e idóneas que ya operan en el entorno digital.

Con esta formación, los participantes comprenderán el entorno tecnológico digital y cómo planificar estrategias a medida, conservando una visión de las tendencias del mercado digital actual.

### 5. Objetivos General:

- Desarrollar competencias diagnósticas y estrategias de negocio en entornos digitales a partir de marcos conceptuales provenientes del marketing digital.

### Específicos:

- Desarrollar herramientas diagnósticas desde una mirada integral como PV<sup>1</sup>, Benchmarking<sup>2</sup> y FODA<sup>3</sup>.
- Identificar, elaborar e implementar herramientas que permitan la medición y monitoreo de la estrategia, aplicando el recurso técnico más apropiado para cada etapa del plan de marketing.

<sup>1</sup> Propuesta de Valor

<sup>2</sup> Comparación con competidores claves.

<sup>3</sup> Fortalezas, Oportunidades, debilidades y Amenazas

- Posibilitar instrumentos para la planificación estratégica aplicables a campañas y negocios en entornos digitales.

## 6. Trayecto Formativo

Denominación de los módulos	Carga horaria
Módulo I. Negocios y Marketing Digital	20hs
Módulo II. Inbound Marketing	20hs
Módulo III. Plan de Marketing Digital	20hs
Módulo IV. Marketing Digital de redes sociales	20hs
Módulo V. Campañas de email marketing	20hs
Módulo VI. Marketing Digital en Sitios Web y Analytics	20hs
Módulo VII. Comercio Electrónico	20hs
Módulo VIII. Creatividad Digital	20hs
Módulo IX. TFI Plan de marketing digital en acción.	20hs
<b>TOTAL DE HORAS</b>	<b>180 hs</b>

## 7. Descripción de los módulos

MÓDULOS	CONTENIDOS
1. Negocios y Marketing Digital	Fundamentos del entorno digital, la evolución de los medios y plataformas y las nuevas audiencias digitales. Introducción a las nuevas tecnologías digitales que existen en el mercado. Tecnologías SMAC (Redes Sociales, movilidad, analítica y recursos en la nube) vs. Tecnologías DARQ (tecnologías de registro distribuido, inteligencia artificial, realidad extendida y computación cuántica). Estrategias para implementarlas. Demografía digital. Trabajadores digitales. Ecosistemas seguros. Mercados individuales.

## RESOLUCIÓN "CS" N° 319-24

2. Inbound Marketing	Aspectos básicos de la metodología inbound. Buyer personas. Embudo de venta y Mapa de Experiencia del cliente. Estrategias digitales para cada etapa. Design Thinking
3. Plan de Marketing Digital	Elaboración de un Plan de Marketing Digital: análisis de la marca, definición de públicos y objetivos digitales, planificación de estrategias y métodos de análisis.
4. Marketing digital en Redes Sociales	Plataformas actuales. Estrategias digitales para cada plataforma. Analíticas y kpi 's. SEM. Publicidad en Redes Sociales. Instagram, Facebook y Tik Tok
5 Campañas de emailmarketing	Plataformas de email marketing. Estrategias digitales para email marketing. Analíticas y kpi 's.
6 Marketing digital en Sitios Web y Analytics	Gestores de contenidos. Páginas de aterrizaje. Estrategias digitales para sitios web. Analíticas y kpi 's. SEO. Publicidad en Google Ads.
7. Comercio electrónico	Plataformas de ecommerce. Estrategias digitales para ecommerce. Analíticas y kpi 's.
8. Creatividad digital	Marketing de contenidos. Narrativas transmedia. Introducción a la producción de contenidos: diseño gráfico, fotografía, redacción y podcast. Prosumidores: estrategias para potenciarlos. Curación de contenidos
9. TFI Plan de marketing digital en acción.	Integración de los saberes de todos los módulos. Presentación mediante Pitch Elevator. Gestión y seguimiento del plan comercial.

### 8. Destinatarios

La propuesta se direccionará especialmente para estudiantes, graduados en carreras vinculadas al Marketing, Comunicación Social u otras carreras afines, como también a miembros y empleados de empresas abocadas a la comercialización por redes sociales interesadas en la temática.

### 9. Perfil del diplomado

Se aspira que el diplomado adquiera, durante el cursado, herramientas necesarias que posibiliten expandir sus conocimientos en el rubro del marketing digital, de manera que ello pueda verse reflejado en una exitosa comercialización de productos y servicios, apertura de negocios, utilización de estrategias acordes a cada situación con un alto grado de impacto positivo.