



DIPLOMATURA SUPERIOR en
“COMERCIO ELECTRÓNICO, MARKETING DIGITAL Y REDES SOCIALES”

1. PROPUESTA CURRICULAR

1.a) OBJETIVOS

Que los asistentes:

- Aprendan a diseñar y desarrollar un proyecto de Comercio Electrónico, utilizando un plan de negocios y metodologías ágiles, planificando las estrategias y acciones requeridas para montar una presencia efectiva en Internet.
- Conozcan e implementen las técnicas y estrategias de Marketing Digital en la promoción y comunicación de sus emprendimientos web.
- Entiendan el funcionamiento de las Redes Sociales y su utilización como canal de comunicación con los clientes.
- Conozcan las regulaciones legales sobre el Comercio Electrónico, Marketing Digital y Redes Sociales.

Objetivos específicos:

- Conozcan las diferentes tipologías de negocios en Internet.
- Comprendan las expectativas de los dueños de tiendas online y sus clientes en la web.
- Conozcan las restricciones legales y regulaciones sobre el Comercio Electrónico, el Marketing Digital y las Redes Sociales.
- Diseñen y apliquen estrategias exitosas en proyectos de Comercio Electrónico.
- Utilicen metodologías ágiles en el proceso de selección de la plataforma a utilizar.
- Conozcan e implementen medios de pago electrónicos en su proyecto online.
- Comprendan el funcionamiento de la logística y la importancia de la entrega de los productos y/o servicios vendidos.
- Adquieran competencias para planificar, especificar y ejecutar campañas de Marketing Digital.
- Adquieran las habilidades de planificar estrategias y ejecutar tácticas de comunicación en Redes Sociales.
- Conozcan las diferentes técnicas de generación de visitas al sitio web para convertirlas en clientes, usuarios o seguidores.
- Aprendan a utilizar las herramientas para métrica y analítica de tráfico web.
- Comprendan el funcionamiento de buscadores y conozcan las técnicas de SEO.
- Sepan interpretar los resultados de las acciones tácticas desarrolladas y puedan cambiar o mejorar sus planes de ejecución de estrategias de marketing digital y redes sociales.



1.b) CONDICIONES DE ADMISIÓN

- Profesionales universitarios de carreras afines a la temática. (Ingenierías, Ciencias Económicas, Marketing, Comunicación, Logística, etc.).
- Profesionales matriculados en el CPCIPC.
- Graduados de tecnicaturas superiores universitarias y no universitarias en carreras vinculadas con las Tecnologías Informáticas o carreras afines a la temática.

1.c) MODALIDAD Y CARGA HORARIA TOTAL

El dictado de la Diplomatura es en modalidad online, los alumnos podrán seguir las clases en vivo por video conferencia pudiendo interactuar con los docentes, además contarán con Moodle como plataforma de e-learning.

La Diplomatura se estructura en ocho módulos y un Trabajo Final Integrador (TFI) que será evaluado y deberá estar aprobado para obtener el Diplomado. La carga horaria total del Programa será de 180 (ciento ochenta) horas:

180 Horas + TFI + Actividad de Evaluación

MODALIDAD Online de Dictado:

- Viernes 18 a 20 hs. y Sábados de 09 a 11 hs. (Dictado por videoconferencia) + 4 horas semanales de Actividades Prácticas Online.
- Inicio 12 de Abril de 2022.

INVERSIÓN:

- Matrícula \$10.000
- 7 cuotas de \$ 9.000 con tarjeta de crédito.
- Descuento del 20% a matriculados CPCIPC y Docentes de UTN.



1.d) MÓDULOS

Módulo 1: Introducción al Comercio Electrónico 16 (horas)

Docente Responsable: Lic. Guillermo Montenegro

- Transformación Digital
- Topologías del e-commerce, Estadísticas Ecommerce en Argentina.
- Metodología de Ecommerce 360.
- Modelos de Negocios Digitales, Metodología CANVAS.

Módulo 2: Plan de negocios para un proyecto de Comercio Electrónico (20 hs)

Docente Responsable: Ing. José Dragonetti

- Planificación estratégica. El plan de negocios como documento estratégico.
- Ejercitación: Análisis de caso. Mi plan de e-commerce.
- El uso de la tasa interna de retorno, el valor actual neto, el período de recuperación y la rentabilidad inmediata.
- Analizar y proyectar el flujo de caja en un proyecto de inversión.
- Ejercitación: Análisis de sensibilidad para minimizar la incertidumbre.

Módulo 3: Metodologías ágiles en proyectos de Comercio Electrónico (16 hs)

Docentes Responsables: Ing. Carlos Moreno

- Introducción a las metodologías ágiles (Manifiesto Agile).
- Metodología SCRUM.
- Implementación de SCRUM en proyectos de comercio electrónico.

Módulo 4: Plataformas de Comercio Electrónico (24 hs)

Docente Responsable: Lic. Guillermo Montenegro

- Plataformas de Comercio Electrónico sus orígenes.
- Análisis FODA Plataformas vs Desarrollo Propio.
- Benchmark de las plataformas más importantes.
- Implementación de una “Tienda Online” con plataforma Cloud.

Módulo 5: Logística (16hs) y Medios de Pago (8 hs) Total (24hs)

Docentes Responsables: Lic. José Martino

- Logística y cadena de suministros en proyectos de comercio electrónico.
- Distribución de productos físicos vs. Intangibles.
- Consideraciones para el outsourcing de la logística.
- Medios de Pago en proyectos de comercio electrónico.
- Tipos de pagos (pagos, micro pagos, nano pagos, etc.).
- Criptomonedas, fundamentos del Bitcoin.



Módulo 6: Regulaciones Legales sobre el Comercio Electrónico el Marketing Digital y las Redes Sociales (16 hs)

Docentes Responsables: Dr. Matías Altamira

- Leyes de aplicación vigentes sobre el e-commerce.
- Leyes de aplicación vigentes sobre el Marketing Digital y las Redes Sociales.
- Leyes de aplicación vigentes sobre las Redes Sociales.
- Registración legal de base de datos.
- Políticas de gobierno para el desarrollo del comercio electrónico.

Módulo 7: Marketing Digital (24 hs)

Docente Responsable: CM Carmen Mostaza

- Del Marketing tradicional al Marketing Digital
- Plan de Marketing Digital: Objetivos – Estrategia – Tácticas - KPI
- Posicionamiento orgánico SEO.
- Publicidad en Google (SEM).
- Armado de campañas en Redes Sociales Facebook – Instagram.
- Analítica y optimización de campañas de Marketing Digital.

Módulo 8: Redes Sociales (24 hs)

Docente Responsable: CM Alfredo Perotti

- Definición de redes sociales y su rol en la empresa actual.
- Generando Comunidad en Redes.
- Del Story Telling al Story Doing.
- Copywriting, el arte de escribir para generar interacción.
- Redes Sociales Facebook / Instagram./ Linkedin / Twitter / Tik Tok. / Metaverso
- Whatsapp Business.

Integración Trabajo Final (16 hs)

Docente Responsable: Lic. Guillermo Montenegro

- Tutoría de Tesina o Trabajo Final Integrador.

2. PROPUESTA ORGANIZATIVA

2.a) MODALIDAD DE DIRECCIÓN ACADÉMICA

Coordinador Académico: Lic. Guillermo Montenegro

Comité académico:

- Lic. Guillermo Montenegro
- Ing. José Dragonetti
- Ing. Carlos Moreno
- Lic. José Martino
- Dr. Matías Altamira
- Lic. Mario Luna



2.b) BIBLIOGRAFÍA

- ALBRECHT, KARL – ZEMKE, RAR, “**Gerencia del servicio**”, Legis, Bogotá.
- AMOR, DANIEL, “**La Revolución e- business**”, Prentice-Hall, Bs. As.
- BORELLO, ANTONIO, “**El Plan de Negocios**”, Mc Graw Hill, Colombia
- CARROLL, JIM y RICK BROADHEAD, “**Selling Online: How to Become a Successful E-Commerce Merchant**”, Dearborn Trade Publishing, USA.
- CHAIN, NASSIR SAPAG, “**Criterios de evaluación de proyectos**”, McGraw – Hill, Interamericana de España, Colombia.
- DAVID JAMES, SIMON RUSSELL y GRAHAM H. SEIBERT, “**Oracle E-Business Suite Financials Handbook (Osborne ORACLE Press Series)**”, McGraw-Hill Osborne Media, USA.
- LAUDON, KENNETH C. y CAROL G. TRAVER, “**E-Commerce: Business, Technology, Society, Second Edition**”, Pearson Addison Wesley, USA.
- URBINA, GABRIEL BACA , “**Evaluación de proyectos**”, McGraw-Hill, México.
- PEPPERS, d. y ROGERS, M.). “**Guía ejecutiva para entender e implantar estrategias de Customer Relationship Management**”, Peppers and Rogers Group de Brasil, Brasil.
- ECHEVARRIA, GUSTAVO “**Marketing en Internet**”, 1era edición , Buenos Aires, Argentina; Editorial Gradi. 2008.
- TYLER, MARY E. y LEDFORD, JERRI L. (2006). “**Google Analytics**”. USA, 1a edición Johniley & Sons, Inc.2006.
- DE LA RICA, ENRIQUE, “**Marketing en Internet y e-business**”, Anaya Multimedia, Barcelona.
- KALAKOTA, RAVI y MARCIA ROBINSON , “**Del e - Commerce al e – business. El siguiente paso**”, Pearson Educación, México.