

RESOLUCIÓN "C.D." N° 154/24

CONCORDIA, 04/07/2024

VISTO: la NOTA_FCAD-UER: 0000120/2024 de fs. 1 y demás documentación agregada al EXP_FCAD_UER: 0000206/2024, y

CONSIDERANDO:

Que mediante ella la Secretaria de Extensión Universitaria acompaña una propuesta de curso de extensión denominada *Marketing Digital* presentada por el Lic. Eduardo Vázquez Brotto.

Que dicha funcionaria indica que es de significativa importancia contar con una propuesta de formación que aborde el desarrollo de conocimientos prácticos y estratégicos sobre el uso de plataformas digitales, análisis de datos y tendencias emergentes, permitiendo a los participantes desarrollar habilidades que son demandadas en el contexto actual, altamente digitalizado.

Que esta unidad académica cuenta con una extensa trayectoria en la formación de profesionales en diferentes áreas disciplinares que contemplan espacios de capacitación que constituyen un ámbito de actualización y reflexión acerca de los diferentes aspectos de actualidad vinculados al desarrollo de la actividad profesional.

Que en el Anexo Único que se agrega como parte de la presente se indican aspectos del curso, tales como: información sobre el docente responsable de su dictado, síntesis, objetivos, destinatarios, duración, carga horaria, contenidos, modalidad de cursado, la modalidad de aprobación, presupuesto, entre otros.

Que el dictado del curso se formalizará una vez que se cubra el mínimo de inscriptos previstos en el precitado anexo.

Que a fs. 5 vta. el Secretario Administrativo precisa que no tiene objeciones que formular en lo que hace a su competencia respecto del presupuesto presentado.

Que a fs. 14 el señor Decano eleva a este órgano colegiado de gobierno la propuesta respectiva que hace propia.

Que a fs. 15 y 16, respectivamente, las comisiones de Investigación y Relaciones Externas y de Hacienda se han expedido en el sentido interesado.

Que de conformidad con lo establecido en el Artículo 23, Inciso 7, del Estatuto (aprobado por la Resolución "A.U." N° 41) este cuerpo es competente para decidir sobre el particular.

Por ello,

**EL CONSEJO DIRECTIVO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el curso de extensión universitaria denominado "*Marketing Digital*" a cargo del profesor Eduardo Vázquez Brotto.

ARTÍCULO 2º.- Precisar que la información sobre el docente responsable de su dictado, síntesis, objetivos, destinatarios, duración, carga horaria, contenidos, modalidad de cursado, la modalidad de aprobación, presupuesto, entre otros,

RESOLUCIÓN "C.D." N° 154/24

conforman el Anexo Único que integra la presente y que el dictado del curso se formalizará una vez que se cubra el mínimo de asistentes en él establecido.

ARTÍCULO 3°.- Regístrese, notifíquese al antes nombrado docente a través de la Secretaría de Extensión Universitaria, remítase copia a la Secretaría de Extensión Universitaria y Cultura del Rectorado para sus efectos, publíquese en el Digesto Electrónico de la Universidad Nacional de Entre Ríos y cumplido, archívese.


Abog. Francisco Daniel Victorio
Secretario Consejo Directivo


Cr. RAUL A. MANGIA
DECANO

RESOLUCIÓN "C.D." N° 154/24

ANEXO ÚNICO

1. INSTITUCIÓN

Facultad de Ciencias de la Administración

2. NOMBRE DEL CURSO

Marketing Digital

3. RESPONSABLE ACADÉMICO

Lic. Eduardo Vázquez Brotto

4. SÍNTESIS DEL CURSO

El contexto actual presenta un entorno complejo para las organizaciones, considerando la evolución de la tecnología y su aplicación a los negocios. La era digital plantea un escenario donde resulta más complejo para las organizaciones captar la atención del usuario, expuesto a continuos y excesivos mensajes comunicacionales. Las nuevas tecnologías de información y comunicación han modificado las consideraciones y la forma de interactuar de los consumidores con las marcas, incluyendo todas las etapas del proceso de compra de productos y servicios, afectando directamente la relación entre ellos y los proveedores. En este nuevo contexto, las organizaciones requieren recurrir a nuevas prácticas y acciones que les permitan gestionar las relaciones con los nuevos consumidores. La integración de las tecnologías digitales en las actividades de *marketing*, potencian las interacciones empresa-consumidor, plantean un nuevo enfoque de *marketing*, más centrado en el consumidor, que incluye también, nuevos métodos y actividades.

Por ello, resulta necesario presentar una propuesta de formación que aborde la temática de *Marketing Digital* orientada a dar respuesta a las demandas de profesionales, emprendedores, pymes y organizaciones del sector público y privado, mediante la capacitación y actualización para adaptarse al mismo y contar conocimientos y herramientas que les permitan gestionar los negocios, considerando la integración de las tecnologías digitales en las actividades comerciales, acordes a la nueva realidad de los consumidores. El presente curso tendrá una modalidad virtual y tiene como objetivo proporcionar a los participantes las habilidades y conocimientos necesarios para diseñar, implementar y evaluar estrategias de *marketing* digital efectivas, ya que proporciona diversas herramientas y técnicas digitales esenciales para la promoción y el crecimiento de marcas y negocios en el entorno en línea. El desarrollo de los temas incluye la participación en la práctica de los cursantes, el análisis de casos y la realización de ejercicios de aplicación práctica de los temas presentados.

5. OBJETIVOS

- Adquirir conocimientos para comprender y reconocer las distintas herramientas con que disponen actualmente los profesionales y las organizaciones para gestionar en el mundo digital y las ventajas de su uso en el contexto actual, como el desarrollo de estrategias efectivas para mejorar la visibilidad online, gestionar campañas en redes sociales, crear contenido y optimizar campañas de *e-mail marketing*. Se enfoca en utilizar herramientas analíticas para tomar decisiones informadas y ajustar estrategias según los datos obtenidos.
- Participar en forma concreta mediante la práctica de estas herramientas durante la realización del curso.

RESOLUCIÓN "C.D." N° 154/24

- Incorporar los conceptos básicos para desenvolverse en esta área tan dinámica con los conocimientos teóricos y prácticos necesarios.
- Adquirir competencias para identificar oportunidades de negocios digitales y gestionar las herramientas para su desarrollo.

6. DESTINATARIOS

- Emprendedores que quieran iniciar o potenciar su negocio *online*.
- Empresarios, directivos, profesionales, estudiantes avanzados y público en general interesado en complementar su perfil profesional con las temáticas abordadas.

Se establece una cantidad mínima de participantes de once (11) inscriptos y una máxima de cincuenta y cinco (55).

7. DURACIÓN Y CARGA HORARIA

Veinticuatro (24) horas en modalidad virtual en seis (6) encuentros.

Fecha tentativa de inicio: agosto de 2024.

8. CONTENIDOS

- **Introducción al *Marketing Digital*.** Introducción al *Marketing Digital*. Datos de contexto. Cifras globales. Cifras locales. Internet. Movilidad. Nuevo consumidor digital. Comportamiento de los usuarios en Internet. Objetivos y valores de *marketing digital*. Un nuevo modelo de comunicación. Segmentación. Plan de *marketing digital*.
- **Presencia en *internet*.** Páginas web. *Landing page*. Diseño y usabilidad de la web. Posicionamiento en *internet*. SEO. *Marketing* de buscadores SEM, *Google AdWords*. Planificación de campañas. Palabras clave. Herramientas de analítica web. Herramientas de comunicación digital. *Marketing* de contenidos.
- **Redes sociales.** Web 2.0. *Social media marketing*. Contenidos. Tono de comunicación. Gestión. Cómo utilizar las redes sociales a favor de nuestras marcas. Herramientas para una gestión eficaz. La nueva conversación digital. Tipos de contenido. Viralización. Análisis de las principales redes sociales: Facebook, Instagram, Tik Tok, X, LinkedIn, YouTube.
- **Reputación *online* y gestión de redes.** Nuevos puestos laborales: *social media manager*, *community manager*, entre otros. El perfil profesional del puesto, funciones. Reputación online. Gestión de crisis en redes sociales. Protocolos de actuación. Casos reales.
- **Publicidad digital, *e-mail marketing* y *mobile marketing*.** Publicidad *online*. Publicidad en *Google Ads*. Publicidad en redes sociales: Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube, WhatsApp y Messenger. Casos de éxito. Planificación de campañas en *internet*. *E-mail marketing*. Diseño de campañas de *e-mailing*. Herramientas para envíos de correo. Gestión de bases de datos. CRM. Diseño de una campaña de *mobile marketing*. Geolocalización. Realidad aumentada. Aplicaciones. *Advergaming*.
- **Analítica web, aspectos legales, innovación y tendencias digitales.** Herramientas de análisis. *Google Analytics*. *Social media analytics*. Análisis de las variables disponibles. Toma de decisiones. Aspectos legales del *marketing digital*.

RESOLUCIÓN "C.D." N° 154/24

Normativa aplicable. Privacidad y usuarios. Regulación legal de promociones y concursos. Innovaciones y tendencias digitales.

9. MODALIDAD DE CURSADO

El curso se desarrollará en modalidad virtual utilizando como plataforma el Campus Virtual de la UNER. Cada tema contará con material de apoyo, bibliografía y diversas actividades tanto sincrónicas como asincrónicas tendientes a abordar aspectos teóricos y prácticos relacionados con el contenido. Se realizarán trabajos individuales y grupales. Se plantea un escenario interactivo y de comunicación permanente con los asistentes.

10. MODALIDAD DE ACREDITACIÓN Y REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO

Para obtener el certificado del curso, los participantes deberán:

- Cumplir con el porcentaje de asistencia del 75%.
- Realizar las actividades virtuales propuestas para cada tema.
- Presentar y aprobar un Trabajo Final Integrador. Este trabajo será escrito e individual sobre un tema relacionado con los objetivos del curso.
- Haber completado el pago de la inscripción durante el período establecido para la misma y el pago de la cuota dentro de los primeros 15 días desde la fecha de inicio del curso.

Los asistentes que cumplan con los requisitos recibirán el certificado de aprobación del **CURSO DE MARKETING DIGITAL** expedido por la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

11. PRESUPUESTO

INGRESOS

Concepto

Arancel inscripción	\$ 10.000,00
Arancel cuota	\$ 25.000,00
Inscriptos estimados	55 participantes
Total ingresos por inscripciones	\$ 550.000,00
Total ingresos por cuotas	\$ 1.375.000,00
Total de ingresos	\$ 1.925.000,00

EGRESOS

Concepto

Honorarios docente*	\$ 252.000,00
Difusión y promoción	\$ 100.000,00
Imprevistos 5%	\$ 17.600,00
Total de egresos	\$ 369.600,00

PRESUPUESTO GENERAL

Handwritten notes and signatures on the left margin, including a large signature at the bottom.

RESOLUCIÓN "C.D." N° 154/24


INGRESOS	
Ingresos por aranceles de inscripción	\$ 550.000,00
Ingresos por aranceles de cuota	\$ 1.375.000,00
Total de ingresos	\$ 1.925.000,00
EGRESOS	
Honorarios docente	\$ 252.000,00
Gastos difusión	\$ 100.000,00
Imprevistos 5%	\$ 17.600,00
Total de egresos	\$ 369.600,00
SUPERÁVIT PREVISTO	\$ 1.555.400,00

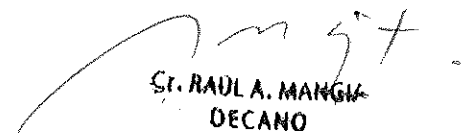
La cantidad mínima de inscriptos para el desarrollo del curso es de once (11) participantes, con lo que se cubren los egresos previstos.

El pago de la inscripción debe realizarse durante el período establecido para la misma y el pago de la cuota dentro de los primeros 15 días desde la fecha de inicio del curso.

Se prevé el cobro de la inscripción de \$10.000 y de una cuota de \$25.000.

* Los honorarios docentes previstos para 24 horas se establecen a razón de \$10.500 por hora.


Abeg. Francisco Daniel Victorio
Secretario Consejo Directivo


Sr. RAULA A. MANGIA
DECANO