

CURSO DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

MARKETING DIGITAL Y COMERCIO ELECTRÓNICO

1. INSTITUCIÓN

Facultad de Ciencias de la Administración

2. NOMBRE DEL CURSO

Marketing Digital y Comercio Electrónico

3. RESPONSABLE ACADÉMICO

Lic. Eduardo Vázquez Broto

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.

Asimismo, el comercio electrónico en Argentina creció durante 2020 un 124% respecto al año anterior y registró una facturación de \$905.143 millones de pesos. Esta cifra surge del Estudio Anual de Comercio Electrónico en Argentina que realiza Kantar Insights para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico. El mencionado estudio indica que la pandemia aceleró y consolidó el proceso de crecimiento que el comercio electrónico argentino ya venía transitando, con nuevos compradores, aumento en la

frecuencia de compra, desarrollo de aplicaciones de compra y entrega y cambios en los hábitos de consumo.

En este contexto, resulta necesario presentar una propuesta de formación innovadora, que aborde las temáticas de Marketing Digital y Comercio Electrónico orientadas 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 contexto actual 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 pretende poner a disposición de los destinatarios las herramientas digitales y tecnológicas necesarias para la gestión comercial actual de las organizaciones, referidos a la optimización de la presencia en internet, identificando los activos a desarrollar y la gestión de los mismos: sitios web, comercio electrónico, publicidad online, posicionamiento en internet, redes sociales, marketing de contenidos, e-mail marketing, mobile marketing. Asimismo, aborda las herramientas de análisis necesarios y los aspectos legales a tener en cuenta para la efectiva gestión del marketing digital y del comercio electrónico en las organizaciones. 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.
- Participar en forma concreta mediante la práctica de estas herramientas durante la realización del curso.
- 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 y público en general interesado en complementar su perfil profesional con las temáticas abordadas.

7. DURACIÓN Y CARGA HORARIA

24 horas en modalidad virtual

8. PROGRAMA DE 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. Google Mi Negocio. Palabras clave. Herramientas de analítica Web. Herramientas de comunicación digital. Marketing de contenidos.
- **Comercio Electrónico.** Comercio electrónico. Proceso de compra digital. Ventas por internet. Canales de venta, Marketplace, tienda online, otros canales. Plataformas de e-commerce. Sistemas de pago electrónico. Ciberseguridad. Logística por internet. Omnicanalidad y la experiencia del cliente. Herramientas para el diseño y la gestión de clientes.
- **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, Twitter, 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. Planificación de campañas en Internet. E-mail marketing. Diseño de campañas. Herramientas para envíos de correo. Gestión de bases de datos. CRM. 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 y comercio electrónico. Normativa aplicable. Privacidad y usuarios. Comercio electrónico. Regulación legal de promociones y concursos. Innovaciones y tendencias digitales.

9. BIBLIOGRAFÍA

- CACE. Los argentinos y el e-commerce. ¿Cómo compramos y vendemos online? Kantar. 2021.
- Digital 2021. Global Overview Report. We Are Social y Hootsuite. 2021.
- VAN PEBORGH, Ernesto: "Odisea 2.0". La Crujía 2010.
- GÓMEZ, David: "El día que David venció a Goliath". Ediciones B 2014.
- LEWIS, David: "El cerebro vendedor". Buenos Aires, Paidós 2015.
- BERGER, Jonah: "Contagio". Temas 2013.
- VAN DIJCK, José: "La cultura de la conectividad". Siglo XXI, 2016.

10. 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.

11. 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.

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

12. INSCRIPCIÓN

Se requiere un mínimo de diez (10) inscriptos para su dictado y se admiten hasta cincuenta (50) personas.

Cupo máximo para matrícula general: 30 participantes.

Cupo máximo para graduados de la facultad: 10 participantes.

Cupo máximo para docentes de la facultad: 10 participantes.

13. CRONOGRAMA

Fecha propuesta para el inicio del curso: martes 8 de junio de 2021, 19:00 horas.

Cronograma tentativo de encuentros:

- Martes 15 de junio
- Martes 22 de junio
- Martes 29 de junio
- Martes 6 de julio
- Martes 13 de julio
- Martes 20 de julio
- Miércoles 28 de julio
- Miércoles 4 de agosto
- Miércoles 11 de agosto
- Miércoles 18 de agosto