



MAESTRÍA EN GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING DIGITAL Y NEGOCIOS POR INTERNET

Dictamen CONEAU N° 434/15 a efectos de reconocimiento oficial y validez nacional de título
Reconocimiento oficial y validez nacional de título, RM N° 3478/17

DATOS GENERALES DEL POSGRADO

Director: Marcos Pueyrredón
Sede del posgrado: Facultad de Ciencias Económicas
Denominación del título:
**Magíster de la Universidad de Buenos Aires en
Gestión Estratégica de Marketing Digital y
Negocios por Internet**
Duración aproximada: 2 años

Informes e inscripción:

Facultad de Ciencias Económicas
Av. Córdoba 2122
Ciudad Autónoma de Buenos Aires
(C1120AAQ)
Teléfono: (+54 11) 5285-7100
E-mail:
maestrias.enap@economicas.uba.ar
Web:
www.posgrado.economicas.uba.ar

DESCRIPCIÓN DEL POSGRADO

Objetivos:

- Brindar conocimientos y promover la optimización de competencias para abordar, bajo el paradigma digital, las problemáticas actuales de la gestión de negocios, en general, y del marketing, en especial, así como para comprender la incidencia de ese paradigma en la evolución del comportamiento de los usuarios y consumidores desde una perspectiva sociocultural y tecnológica;
- promover la capacidad analítica, crítica y creativa para el desarrollo y evaluación de proyectos de negocios por internet y de estrategias de marketing digital, enmarcados en principios de responsabilidad social y de ética profesional y organizacional;
- promover capacidades y habilidades para analizar, diagnosticar y resolver los desafíos que introduce la complejización de las tecnologías en las que se sustentan las estrategias de marketing y la comunicación organizacional mediatizada;
- estimular el análisis económico del rol de las tecnologías de redes en el desarrollo de las ventajas competitivas, con énfasis en el empleo innovador de las plataformas de mediatización para la optimización de las operaciones;
- promover el estudio prospectivo y el análisis de los factores de innovación para el desarrollo de nuevos modelos de negocio sustentados en redes de telecomunicaciones;
- estimular, desde una perspectiva sistémica, el desarrollo de competencias transversales y su entrecruzamiento con los abordajes analíticos de los ejes temáticos de la maestría, para facilitar el ejercicio de funciones de dirección y control;
- contribuir al debate público sobre la incidencia del paradigma digital en las formas de intercambio comercial y en los consumos de contenidos culturales, correlacionados con los términos del servicio que prestan las plataformas mediatizadoras, especialmente los relacionados con el aseguramiento de la calidad, de la confidencialidad y protección de los datos personales y la preservación de la privacidad de los comportamientos de los usuarios;
- coadyuvar a la detección e identificación de campos temáticos susceptibles de ser objeto de estudio en programas de investigación, al mismo tiempo que se estimula la vinculación de los Trabajos Finales con proyectos de investigación académica estrechando así las relaciones entre las tendencias en el campo práctico-empresarial y los trabajos teóricos;
- contribuir al estudio de estándares y normas técnicas en las que se sustentan las plataformas de intercambio comercial en Internet, así como al marco legal y fiscal que regulan su funcionamiento.

Requisitos de admisión:

Graduados de esta Universidad con título de grado correspondiente a una carrera de cuatro (4) años de duración como mínimo o de otras universidades argentinas con título de grado correspondiente



a una carrera de cuatro (4) años de duración como mínimo, o de universidades extranjeras que hayan completado, al menos, un plan de estudios de dos mil seiscientas (2.600) horas reloj o hasta

una formación equivalente a master de nivel I, o egresados de estudios de nivel superior no universitario de cuatro (4) años de duración o dos mil seiscientas (2.600) horas reloj como mínimo, quienes además deberán completar los prerrequisitos que determinen las autoridades de la maestría. Se requerirán conocimientos de idioma inglés suficientes para la lectura y comprensión de textos. Con tal fin, el aspirante deberá aprobar un examen de lectura y comprensión del idioma inglés durante el proceso de admisión.

Régimen de estudios:

Teórico - Práctico.

Requisitos para la graduación:

Aprobar la totalidad de las asignaturas correspondientes al plan de estudios y el trabajo final.

Reglamentación:

Resolución del Consejo Superior de la UBA N° 2201/15.

PLAN DE ESTUDIOS

1. Economía digital. 2. Comercio electrónico. 3. La comunicación de las organizaciones en la era digital. 4. Comportamiento del consumidor. 5. Estrategias digitales de marketing. 6. Estrategias digitales de marketing II. 7. Comunicación y publicidad interactiva. 8. Plan de marketing digital. 9. Gestión de la experiencia de usuario en medios electrónicos. 10. Redes sociales y comunidades virtuales. 11. Infraestructuras y plataformas para comercio electrónico y negocios por internet. 12. Implementación y gestión de las nuevas tecnologías. 13. Logística y medios de pagos en los negocios por internet. 14. Gestión de canales online y no presenciales. 15. Innovación y emprendedorismo. 16. Aspectos legales y regulatorios. 17. Gestión estratégica de la empresa digital. 18. Tendencias en marketing digital. 19. Tendencias tecnológicas. 20. Técnicas y herramientas de gestión organizacional. 21. Laboratorio de ideación de nuevos productos y servicios. 22. Taller de desarrollo de habilidades gerenciales. 23. Taller de métodos analíticos. 24. Taller de trabajo final.
