



MAESTRÍA EN GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING DIGITAL Y NEGOCIOS POR INTERNET

A distancia

Dictamen CONEAU N° 578/22 a efectos de reconocimiento oficial y validez nacional de título.

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)
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;
 - 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;
 - 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:
 - 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;
 - 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;
 - 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.
- 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;



UBA

Universidad de Buenos Aires

Requisitos de admisión:

Los graduados de esta Universidad con título de grado correspondiente a una carrera de cuatro (4) años de duración como mínimo, o los graduados de otras universidades argentinas con título de grado correspondiente a una carrera de cuatro (4) años de duración como mínimo, o los graduados de universidades extranjeras que hayan completado, al menos, un plan de estudios de dos mil seiscientos (2.600) horas reloj o hasta una formación equivalente a master de nivel I, o los egresados de estudios de nivel superior no universitario de cuatro (4) años de duración o dos mil seiscientos (2.600) horas reloj como mínimo, quienes además deberán completar los prerrequisitos que determinen las autoridades de la Maestría, a fin de asegurar que su formación resulte compatible con las exigencias del posgrado al que aspiran.

Aquellas personas que cuenten con antecedentes de investigación o profesionales relevantes, aun cuando no cumplan con los requisitos reglamentarios citados, podrán ser admitidos excepcionalmente para ingresar a la Maestría con la recomendación de la Comisión de Maestría y con la aprobación del Consejo Directivo de la Facultad.

Se requerirán conocimientos de idioma inglés suficientes para la lectura y comprensión de textos. El aspirante deberá aprobar un examen de lectura y comprensión del idioma inglés durante el proceso de admisión.

Régimen de estudios:

Modalidad a distancia

Teórico - Práctico.

Requisitos para la graduación:

Asistir al 75% de las clases.

Aprobar las evaluaciones parciales y finales de cada asignatura.

Dar cumplimiento a los requisitos administrativos especificados en la reglamentación.

Aprobar y defender el Trabajo Final de Maestría.

Reglamentación:

Resolución del Consejo Superior de la UBA N° RESCS-2020-240-E-UBA-REC y su modificación N° RESCS-2021-1482-E-UBA-REC.

PLAN DE ESTUDIOS

Asignaturas:

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.

Esta carrera se dicta también en [modalidad presencial](#)