

Diplomatura en Marketing para Pymes y Emprendedores

Justificación académica:

Las pequeñas y medianas empresas (PyMEs) constituyen más del 90% del entramado empresarial argentino y son responsables de una parte sustantiva de la generación de empleo y del dinamismo económico. Sin embargo, enfrentan desafíos estructurales vinculados a la escasez de recursos, la limitada incorporación de tecnologías digitales y la ausencia de formación especializada en áreas estratégicas como el marketing.

En este contexto, la capacitación en marketing adaptado a la escala y necesidades de las PyMEs y los emprendimientos se vuelve imprescindible. La mayoría de los programas académicos existentes se orientan hacia modelos corporativos de gran envergadura, dejando un vacío en la formación específica que atienda las particularidades de los pequeños negocios y proyectos emergentes.

La Diplomatura en Marketing para PyMEs y Emprendedores surge como respuesta a esta necesidad, ofreciendo un enfoque práctico y aplicado que combina herramientas de comercialización, comunicación digital y gestión de clientes. Su propósito es empoderar a los participantes con competencias que les permitan mejorar su competitividad, fortalecer su posicionamiento en el mercado y garantizar la sostenibilidad de sus iniciativas.

Asimismo, este programa refuerza el compromiso institucional de la UNTREF con la innovación educativa y el desarrollo productivo, consolidando su rol como actor clave en la articulación entre la academia y el tejido empresarial. La pertinencia de la propuesta se fundamenta en la necesidad de acompañar a los emprendedores y PyMEs en la construcción de estrategias de marketing efectivas, que contribuyan al crecimiento económico y social de la región.

Destinatarios

La Diplomatura en Marketing para PyMEs y Emprendedores está dirigida a un público diverso que comparte la necesidad de adquirir herramientas estratégicas y prácticas para fortalecer la gestión de sus proyectos.

En primer lugar, se orienta a gerentes y responsables de PyMEs, quienes enfrentan el desafío de profesionalizar sus procesos de comercialización y comunicación en contextos altamente competitivos.

Asimismo, constituye una oportunidad para emprendedores en etapa inicial o de consolidación, que requieren conocimientos aplicados para transformar sus ideas en negocios sostenibles y escalables. También se incluye a profesionales independientes y consultores, interesados en ampliar su campo de acción mediante la especialización en marketing adaptado a pequeñas y medianas empresas.

La diplomatura resulta pertinente para estudiantes avanzados de carreras afines —como marketing, administración, comunicación y economía— que buscan complementar su formación académica con un enfoque práctico y aplicado. Finalmente, se contempla la participación de instituciones y organizaciones vinculadas al desarrollo productivo, que procuran capacitar a sus equipos para brindar un acompañamiento más eficaz a PyMEs y emprendedores.

En conjunto, estos destinatarios conforman un universo heterogéneo pero convergente en su necesidad de acceder a conocimientos y competencias que les permitan mejorar la competitividad, la sostenibilidad y el impacto de sus proyectos en el entramado económico y social.

Objetivos

La Diplomatura en Marketing para PyMEs y Emprendedores tiene como propósito central brindar una formación integral y aplicada que permita a los participantes desarrollar competencias estratégicas y operativas en el ámbito del marketing.

- **Fortalecer capacidades de gestión:** dotar a los responsables de PyMEs y emprendimientos de herramientas que les permitan planificar, ejecutar y evaluar acciones de marketing de manera eficiente.
- **Desarrollar estrategias competitivas:** facilitar la construcción de propuestas de valor diferenciadas que fortalezcan el posicionamiento de las PyMEs en mercados locales y regionales.
- **Incorporar enfoques digitales:** promover el uso de plataformas digitales y redes sociales como canales de comunicación y comercialización accesibles y de alto impacto.
- **Impulsar la sostenibilidad:** fomentar prácticas de marketing que contribuyan a la permanencia y crecimiento de los proyectos en el tiempo.
- **Promover la innovación:** estimular la creatividad y la capacidad de adaptación frente a contextos cambiantes, potenciando la resiliencia empresarial.
- **Articular academia y práctica:** vincular los contenidos teóricos con experiencias reales, generando aprendizajes aplicables de manera inmediata en los proyectos de los participantes.

Desarrollo de contenidos

Los contenidos se desarrollan en dos ciclos, durante diez meses de cursada. En cada ciclo se incluyen las siguientes unidades temáticas:

1er. Ciclo:

- Gestión del marketing en Pymes
- Estrategias de diferenciación y posicionamiento
- Investigación del mercado y comportamiento del consumidor
- Gestión de relaciones con clientes
- Creación y desarrollo de productos
- Inteligencia artificial aplicada al marketing Pyme 1ra. Parte
- Publicidad y promoción adaptada a Pymes 1ra. Parte
- ***Taller integrador ciclo 1***

2do. Ciclo:

- Publicidad y promoción adaptada a Pymes 2da. Parte
- Plan de acción comercial
- Estrategia de precios, costos y rentabilidad comercial
- Transformación digital y empresa 2.0
- Técnicas de ventas, negociación comercial y cierre
- Marketing de guerrilla y viral
- Canales de venta digitales, ecommerce y marketplaces
- Métricas de marketing, tablero de control y KPIs
- Estrategias de innovación / imitación e internacionalización
- ***Taller integrador ciclo 2***

A continuación, una breve descripción de cada unidad temática:

1er. Ciclo:

Gestión del marketing en PyMEs

Se aborda el rol del marketing como motor de competitividad en pequeñas y medianas empresas. Se analizan las particularidades de su contexto, la importancia de construir propuestas de valor únicas y cómo realizar un diagnóstico inicial de la situación comercial.

Estrategias de diferenciación y posicionamiento

Se estudian técnicas de segmentación de mercados y definición de públicos objetivos. Se enfatiza en cómo las PyMEs pueden competir con recursos limitados mediante estrategias de diferenciación, construyendo posicionamientos claros y sostenibles.

Investigación del mercado y comportamiento del consumidor

Se introducen métodos de investigación cualitativa y cuantitativa aplicados a PyMEs. Se analiza el comportamiento del consumidor, sus motivaciones y factores de influencia, con el fin de diseñar estrategias basadas en evidencia y datos reales.

Gestión de relaciones con clientes (CRM)

Se trabaja sobre fidelización y retención de clientes, incorporando herramientas digitales de gestión de relaciones. Los estudiantes desarrollan planes de fidelización adaptados a la escala de sus proyectos.

Creación y desarrollo de productos

Se estudia el ciclo de vida del producto, la innovación en diseño y la adaptación a nichos de mercado. Se enfatiza en cómo las PyMEs pueden generar propuestas de valor competitivas mediante productos diferenciados y sostenibles.

Inteligencia artificial aplicada al marketing PyME – 1ra Parte

Se introducen conceptos básicos de IA aplicados al marketing: automatización de campañas y segmentación inteligente. Se presentan herramientas accesibles para PyMEs que permiten optimizar recursos y mejorar la toma de decisiones.

Publicidad y promoción adaptada a PyMEs – 1ra Parte

Se comparan medios tradicionales y digitales, destacando estrategias de bajo presupuesto. Los participantes diseñan campañas promocionales adaptadas a sus recursos, con foco en impacto y creatividad.

Taller integrador – Ciclo 1

Espacio de aplicación práctica donde los estudiantes articulan los contenidos de las unidades del primer ciclo en un proyecto grupal. Se busca que cada equipo presente un diagnóstico, propuesta de valor y estrategia inicial de marketing para una PyME o emprendimiento real.

2do. Ciclo:

Publicidad y promoción adaptada a PyMEs – 2da Parte

Se profundiza en el diseño de campañas integrales, combinando medios digitales y tradicionales. Se analizan casos de éxito y se trabaja en la optimización de recursos para maximizar impacto con presupuestos limitados.

Plan de acción comercial

Se enseña a estructurar objetivos, estrategias y tácticas de marketing. Los participantes elaboran un plan comercial completo, con indicadores de gestión y mecanismos de control de resultados.

Estrategia de precios, costos y rentabilidad comercial

Se estudian modelos de fijación de precios, análisis de costos y márgenes de rentabilidad. Se enfatiza en cómo las PyMEs pueden equilibrar competitividad y sostenibilidad financiera.

Transformación digital y empresa 2.0

Se aborda la construcción de presencia online, reputación digital y comercio electrónico. Se analizan herramientas de gestión de redes sociales y estrategias para consolidar la identidad digital de la empresa.

Técnicas de ventas, negociación comercial y cierre

Se trabajan habilidades de comunicación persuasiva, negociación efectiva y cierre de ventas. Se incluyen simulaciones prácticas para fortalecer la capacidad de los participantes en contextos reales.

Marketing de guerrilla y viral

Se exploran estrategias disruptivas y creativas que generan alto impacto con bajo presupuesto. Se analizan casos de campañas virales en PyMEs y se diseñan propuestas innovadoras para negocios locales.

Canales de venta digitales, ecommerce y marketplaces

Se estudian plataformas de comercio electrónico y marketplaces. Se enseña a gestionar ventas digitales, optimizar la experiencia del cliente y ampliar el alcance comercial.

Métricas de marketing, tablero de control y KPIs

Se introducen indicadores clave de desempeño (KPIs) y herramientas de medición. Los participantes aprenden a construir tableros de control para evaluar resultados y tomar decisiones basadas en datos.

Estrategias de innovación / imitación e internacionalización

Se analizan modelos de innovación y adaptación de prácticas exitosas (imitación creativa). Se estudian estrategias de internacionalización para PyMEs, considerando oportunidades y desafíos en mercados globales.

Taller integrador – Ciclo 2

Espacio de aplicación práctica donde los estudiantes integran los contenidos de las unidades del segundo ciclo en un proyecto grupal. Se busca desarrollar un plan comercial completo, incluyendo posicionamiento, segmentación, estrategia de precios, acciones promocionales y de venta. Incorporar métricas y tableros de control para evaluar resultados y presentar propuestas innovadoras y creativas.

Propuesta pedagógica

Metodología:

- **Clases híbridas:** encuentros virtuales sincrónicos y asincrónicos más clases presenciales.
- **Aprendizaje activo:** actividades prácticas en cada módulo (diagnósticos, planes comerciales, campañas digitales).
- **Trabajo colaborativo:** dinámicas grupales para el intercambio de experiencias.
- **Proyecto integrador al final de cada ciclo:** aplicación de los contenidos en un caso real de PyME o emprendimiento.

Estructura Curricular:

- **Duración:** 10 meses (dos ciclos de 5 meses).
- **1er ciclo:** Setiembre a Diciembre 2026.
- **2do. ciclo:** Marzo a Julio 2027.
- **Carga horaria:** 236 horas.
- **Unidades temáticas:** 18 en total, distribuidas en dos ciclos, con actividades prácticas en cada una (ej. diagnóstico inicial, plan comercial, estrategia digital, acción viral).

Modalidad de evaluación

La evaluación consiste en la resolución de una consigna por cada unidad temática más un trabajo práctico grupal integrador en cada ciclo, que debe ser presentado y defendido.

La elección del tema y el abordaje de los contenidos del trabajo se definirá con los docentes de la diplomatura, que acompañarán su desarrollo en el transcurso de cada uno de los módulos de Taller Integrador.

Requisitos de aprobación

Aprobar las consignas de cada unidad temática, tener el 75% de presentismo y aprobar el trabajo práctico correspondiente a cada Taller Integrador.

Perfil del egresado

El egresado de la diplomatura adquiere conocimientos que lo capacitan para:

- Integrar visión estratégica en la gestión de marketing de PyMEs y emprendimientos, comprendiendo el entorno competitivo y definiendo posicionamientos claros.
- Diseñar planes de acción comerciales adaptados a recursos limitados, con foco en resultados medibles y sostenibles.
- Definir las políticas de precios y medir la rentabilidad del negocio.
- Aplicar herramientas digitales para potenciar la presencia online, gestionar redes sociales y desarrollar campañas de marketing directo.
- Gestionar canales de venta directa y a través de intermediarios.
- Impulsar la creatividad en la comunicación y promoción, utilizando estrategias innovadoras como marketing de guerrilla y viral.
- Fomentar la colaboración y el trabajo en equipo, generando redes de aprendizaje y cooperación entre emprendedores y responsables de negocios.

En síntesis, el egresado estará preparado para gestionar integralmente el marketing en PyMEs y emprendimientos, aportando valor en los ámbitos comercial, comunicacional y económico de sus respectivos negocios.

Equipo docente

La diplomatura cuenta con una dupla de coordinación y los siguientes docentes del departamento de Marketing de UNTREF, quienes llevarán a cabo las clases presenciales y virtuales:

- Mag. Gustavo Manzi (Licenciado en Comercialización y Magíster en Educación).
- Mag. Leonardo Cocciro (Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magíster en Dirección de Empresas).

Mag. Oscar Goberna
Coordinador Licenciatura en Marketing
UNTREF

Ago. 2026