



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

**CREA LA CARRERA TECNICATURA UNIVERSITARIA EN
COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING DIGITAL
BAJO LA OPCIÓN PEDAGÓGICA A DISTANCIA
EN EL ÁMBITO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL**

Mar del Plata, 5 de octubre de 2022

VISTO la presentación efectuada por la Facultad Regional Buenos Aires, en su carácter de Facultad cabecera del consorcio, relacionada con la creación de la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico y Marketing Digital, para implementarse bajo la opción pedagógica a distancia, en el ámbito de la Universidad Tecnológica Nacional, y

CONSIDERANDO:

Que las tecnologías en constante evolución y desarrollo han modificado las actividades humanas de manera global y han impactado muy especialmente en el mundo de los negocios, resultando imprescindible reinventar el modo en que se diseña y se lleva a cabo cualquier emprendimiento.

Que la incorporación de tecnologías digitales para el desarrollo de canales de venta y comercialización es, hoy en día, un aspecto estratégico fundamental para empresas y emprendimientos productivos, y el comercio electrónico en todo el mundo está creciendo a un ritmo constante.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

Que cada año que pasa son más las pequeñas, medianas y grandes empresas que deciden sumar el comercio electrónico a su modelo de ventas motivadas por las ventajas de los canales de comercialización electrónica para hacer más simple, eficiente y ágil el nexo entre las empresas y los consumidores, derrumbando las barreras geográficas y culturales y ampliando las oportunidades de captar clientes y mercados.

Que no es suficiente que los negocios online cuenten con Internet como un medio trascendental para el desarrollo de sus estrategias comunicacionales, sino que resulta imprescindible el uso inteligente de los canales de difusión, publicidad y promoción que ofrece Internet a través de las redes sociales.

Que, en función de estas consideraciones, la creación de la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico y Marketing Digital, bajo la opción pedagógica a distancia, permitirá formar profesionales técnicos capaces de contemplar las dimensiones económicas, tecnológicas y de gestión para el uso de tecnologías en los procesos de negocios, comunicación y marketing.

Que oportunamente el Consejo Superior aprobó la existencia de tecnicaturas universitarias que responden a necesidades del medio y además dispuso las pautas curriculares para su desarrollo.

Que la implementación de una carrera bajo la opción pedagógica a distancia implica poner en marcha un sistema con adecuación de distintos componentes que pueden ser aprovechados para el desarrollo de otras actividades académicas y extra-académicas.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

Que el Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) de nuestra Universidad, aprobado y validado por Resolución N° 105/2019 de la Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU) y Resolución Ministerial N° 210/2019, determina la conformación de consorcios y establece lineamientos comunes a toda la Universidad, para la presentación, implementación y desarrollo de carreras, dictadas bajo la opción pedagógica a distancia, con el propósito de asegurar su calidad.

Que el SIED permite la potencial participación de varias Facultades Regionales y la interacción con otras organizaciones que posean capacidades tecnológicas y experiencias que complementarán el proyecto.

Que la Secretaría de Planeamiento Académico de la Universidad y el Consejo de Educación a Distancia analizaron conjuntamente la presentación efectuada por la Facultad Regional Buenos Aires, en su carácter de Facultad cabecera del consorcio, y la misma se ajusta a las pautas curriculares para el desarrollo de tecnicaturas universitarias, bajo la opción pedagógica a distancia, en la Universidad Tecnológica Nacional y que el contenido y la estructura académica de la carrera revisten un perfil fiel a la formación técnica y tecnológica que se desarrolla en la misma.

Que las Comisiones de Enseñanza y de Planeamiento aconsejan su aprobación en el ámbito de la Universidad Tecnológica Nacional.

Que el dictado de la medida se efectúa en uso de las atribuciones otorgadas por el Estatuto Universitario.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL

ORDENA:

ARTÍCULO 1º.-Crear la carrera Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico y Marketing Digital, bajo la opción pedagógica a distancia, en el ámbito de la Universidad Tecnológica Nacional.

ARTÍCULO 2º.-Aprobar la currícula de la citada carrera que se agrega como Anexo I y que es parte integrante de la presenta ordenanza.

ARTÍCULO 3º.-Regístrese. Comuníquese y archívese.

ORDENANZA N° 1907

UTN
iv
sr
djo



ANEXO I

ORDENANZA N° 1907

**APRUEBA EL DISEÑO CURRICULAR PARA LA CARRERA
TECNICATURA UNIVERSITARIA EN COMERCIO ELECTRÓNICO
Y MARKETING DIGITAL
BAJO LA OPCIÓN PEDAGÓGICA A DISTANCIA
EN EL ÁMBITO DE LA UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL**

ÍNDICE

1.-FUNDAMENTACIÓN	7
2.-OBJETIVOS	8
2.1- Objetivo general	8
2.2.- Objetivos específicos	8
3.- ALCANCES DEL TÍTULO	9
4.- PERFIL DEL EGRESADO	9
5.- ORGANIZACIÓN DE LA CARRERA	10
5.1.- Título	10
5.2.- Duración y modalidad de cursado	10
5.3.- Requisitos de ingreso	10
6.- METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA	10
6.1.- Concepción del aprendizaje	11
6.2.- Caracterización del entorno virtual de enseñanza y aprendizaje propuesto	12
6.3.- Modelo constructivista de la enseñanza	14
6.4.- Diseño del proceso de enseñanza y aprendizaje en la educación a distancia	15
6.5.- Perfil docente y su desempeño académico	18
6.5.1.- Perfil docente	18
6.5.2.- Interacción de docentes y estudiantes y de estudiantes entre sí	21
6.5.3.- Diseño didáctico de recorrido por actividades de aprendizaje	21
6.5.4.- Evaluación del desempeño docente	22



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

6.5.5.- Características de los materiales de estudio de la propuesta didáctica	22
6.5.6.- Descripción del subsistema de diseño, producción y evaluación de materiales	23
6.5.7.- Evaluación de los materiales	24
6.6.- Bibliografía	26
6.7.- Reglamento de estudios	26
7.- ORGANIZACIÓN ACADÉMICA CURRICULAR	26
7.1.- Estructura por áreas de conocimiento	26
7.2.- Distribución porcentual por áreas	29
7.3.- Tronco Integrador	29
7.4.- Plan de estudios	30
7.5.- Régimen de correlatividades	32
7.6.- Programas sintéticos	33
8.- METODOLOGÍA E INSTANCIA DE EVALUACIÓN	57
9.- PRÁCTICA SUPERVISADA	57
10.- SIED	58



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

**DISEÑO CURRICULAR DE LA CARRERA
TECNICATURA UNIVERSITARIA EN COMERCIO ELECTRÓNICO
Y MARKETING DIGITAL
BAJO LA OPCIÓN PEDAGÓGICA A DISTANCIA**

1.-FUNDAMENTACIÓN

Las tecnologías en constante evolución y desarrollo han modificado las actividades humanas de manera global y han impactado muy especialmente en el mundo de los negocios. Por ello, ha resultado imprescindible reinventar el modo en que se diseña y se lleva a cabo cualquier emprendimiento.

La incorporación de tecnologías digitales para el desarrollo de canales de venta y comercialización es hoy en día un aspecto estratégico fundamental para empresas y emprendimientos productivos por lo que el comercio electrónico está creciendo a un ritmo constante en todo el mundo. Cada año, las pequeñas, medianas y grandes empresas deciden sumar el comercio electrónico a su modelo de ventas motivadas por las ventajas de los canales de comercialización electrónica: hacer más simple, eficiente y ágil el nexo entre las empresas y los consumidores, derrumbando las barreras geográficas y culturales, ampliando las oportunidades de captar clientes y mercados.

Los negocios online cuentan con Internet como un medio trascendental para el desarrollo de sus estrategias comunicacionales. Este versátil soporte permite, entonces, promocionar e impulsar las actividades comerciales que también se llevan a cabo en su medio. Las empresas modernas deben conocer los canales de actividad que las tecnologías actuales ponen a su disposición; pero crear un comercio online no es suficiente ya que además resulta imprescindible el uso inteligente de los canales de difusión, publicidad y promoción que ofrece Internet, por ejemplo, a través de las redes sociales.

En el último tiempo se han multiplicado las soluciones web para dar respuesta a estas necesidades. Así es como hablamos ya de comercio electrónico de manera integral, atendiendo a sus problemas de logística, comunicación y marketing. La eficiencia de estas soluciones está también apoyada por la posibilidad de recopilación, análisis y exploración de datos a través de diversos medios digitales.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

Debe recordarse que el cliente o usuario también ha cambiado; sus opciones son muy numerosas y la velocidad del medio digital lo hace volátil. Por lo tanto, el conocimiento estadístico de comportamientos y tendencias de los consumidores constituye la base para desarrollar estrategias de negocios exitosas.

La persona que desee integrarse a este medio competitivo y cambiante debe conocerlo profundamente, como así también conocer las estructuras, organización y acciones de la actividad comercial.

En función de estas consideraciones, se propone la Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico y Marketing Digital, bajo la opción pedagógica a distancia. La carrera contempla las dimensiones económicas, tecnológicas y de gestión para el uso de tecnologías en los procesos de negocios, comunicación y marketing.

2.-OBJETIVOS

2.1.- Objetivo general

Formar a futuros profesionales de la industria digital con una amplia gama de conocimientos a nivel estratégico en diferentes dominios y orientarlos a desarrollar conocimientos y habilidades aplicables en la gestión de activos digitales para desempeñarse en diferentes posiciones requeridas por las empresas y emprendimientos de la industria digital en las áreas de e-commerce y marketing online.

2.2.- Objetivos específicos

-Formar a la persona para que sea hábil en múltiples campos del mundo digital, capaz de pensar en los procesos de consumo del consumidor digital desde diferentes ángulos y pueda elaborar estrategias para impactar en ellos a través de múltiples canales.

-Suplir la demanda del mercado laboral de la industria digital con un tipo de perfil profesional que cuente con una clara orientación de negocios y con habilidades técnicas para desempeñarse en puestos de rango medio o de gestión de proyectos digitales.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

3.- ALCANCES DEL TÍTULO

El/la graduado/a en la Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico y Marketing Digital estará capacitado/a para:

- Ejecutar la planificación realizada por un profesional referida a toda actividad relacionada al diseño e implementación de la presencia y la venta en línea de cualquier tipo de organización.
- Colaborar en el diseño, ejecución y evaluación de acciones de marketing y comunicación digital de cualquier organización.
- Auxiliar en la elaboración de diagnósticos situacionales acerca de las necesidades y demandas de un negocio, proyecto o emprendimiento que requiera presencia digital
- Interactuar con el equipo de desarrollo, diseño y de producción de sitios y plataformas web
- Asistir en el montaje y administración de una tienda en línea.
- Colaborar en la construcción de productos y servicios para tiendas en línea.

Se deja establecido que la responsabilidad primaria y la toma de decisiones, en los alcances mencionados, la deberán ejercer en forma individual y exclusiva los profesionales cuyos títulos tengan competencia reservada según el régimen del Art. 43 de la Ley de Educación Superior N° 24.521.

4.- PERFIL DEL EGRESADO

El/la técnico/a podrá colaborar en el sector de venta en línea de una empresa o cualquier tipo de organización. Podrá también colaborar con diversos emprendimientos que requieran los servicios y conocimientos que un/a técnico/a puede brindar, o desarrollar un emprendimiento propio.

Más allá de la venta en línea, podrá colaborar en el desarrollo de la estrategia web de cualquier empresa u organización, campañas de marketing o comercialización, como así también asistir al delineado de planes de negocio en nuevos canales de venta.

Entre sus principales actividades se encuentran:

- Colaborar en la identificación y la provisión de herramientas para la creación de tiendas de comercio electrónico.
- Formar parte de un equipo cuyo objetivo sea delinear inversiones en línea.
 - Colaborar con los profesionales encargados de logística y planes comerciales, de manejadores de contenidos y mejoras de usabilidad.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

- Colaborar en el asesoramiento en accesibilidad, optimización en motores de búsqueda, armado de productos y promociones, entre otras actividades.
- Asistir a la aplicación de las principales métricas del trabajo en línea.

5.- ORGANIZACIÓN DE LA CARRERA

5.1.- Título

El título que se otorga es el de “Técnico/a universitario/a en Comercio Electrónico y Marketing Digital”

5.2.- Duración y modalidad de cursado

La carrera tiene una duración de DOS AÑOS Y MEDIO implementados en cinco cuatrimestres que se complementa con las Prácticas Supervisadas / Trabajo Final con seguimiento tutorial de 160 horas reloj, lo que determina una carga horaria total de 1840 horas reloj.

La modalidad en que se dictará la Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico y Marketing Digital es a distancia, con instancias presenciales para la presentación del Trabajo Final y la realización de la Práctica Supervisada.

5.3.- Requisitos de ingreso

Para ingresar a esta carrera el aspirante deberá poseer título reconocido correspondiente al nivel medio de enseñanza. Excepcionalmente, los aspirantes mayores de veinticinco (25) años que no posean título de nivel medio podrán ingresar de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Superior Universitario.

6.- METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

En el marco del modelo de educación a distancia constructivista y colaborativo elegido como posicionamiento pedagógico para la carrera la práctica pedagógica será llevada a cabo por la generación de espacios de trabajo de tipo teóricos y de tipo prácticos, inscriptos en una participación guiada. Por lo tanto, cada disciplina tendrá su manera particular de contextualizar los contenidos de acuerdo con la naturaleza epistemológica de cada una de ellas.

Sin embargo, pensar en la organización didáctica nos invita a considerar aspectos como las concepciones de enseñanza en tanto posicionamiento pedagógico y didáctico, el contexto en el que



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

las prácticas educativas tendrán lugar, las prácticas de evaluación docente como proceso de revisión y mejora de las mismas y las concepciones de aprendizaje.

Existe una gran variedad de metodologías para aplicar en Educación a Distancia y muchas veces, puede resultar complejo seleccionar una o más de ellas para trabajar proyecto formativo.

Es importante que al momento de la selección se tenga en cuenta el enfoque y el objetivo general del proyecto y los propósitos docentes. Las nuevas metodologías activas, centradas en el estudiante, impulsan a los mismos a investigar, crear y autogestionar su aprendizaje.

Distinguimos los siguientes elementos clave de las metodologías activas:

Enseñanza centrada en el estudiante: los estudiantes no son receptores pasivos de información, sino participantes activos en su propio proceso de aprendizaje. Lo que aprenden los estudiantes, cómo lo aprenden y cómo se evalúa su aprendizaje depende de las necesidades y habilidades de cada uno.

Aprendizaje autodirigido: El docente adquiere el rol de "mediador". Coordina recursos y estrategias que le permitirán al estudiante desarrollar las competencias necesarias para el logro de los objetivos.

Actividades en contexto: Las actividades planteadas deben estar relacionadas directamente con el mundo real o con el campo profesional del estudiante donde participa o busca participar.

6.1.- Concepción del aprendizaje

La concepción adoptada pretende armonizar la teoría y la práctica de forma tal que la construcción de los conceptos teóricos esté acompañada de la resolución de situaciones prácticas. Se planificarán las actividades teniendo presente esta articulación, por lo cual las estrategias de enseñanza generarán oportunidades para la observación, búsqueda de información, realización de informes y trabajo en equipo para la resolución de problemas.

En la propuesta que se desarrolla a continuación, como una premisa fundamental se plantea un sistema de formación no presencial con alternativas de funcionamiento sincrónico y asincrónico. Está mediado por una plataforma educativa virtual, de distribución y administración de contenidos a través de Internet, y de clases sincrónicas por videoconferencia.

La propuesta se caracteriza por el diseño de estrategias de enseñanza y aprendizaje en un modelo que pone el acento en la interacción (de profesores y estudiantes y de estudiantes entre sí) para la



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

construcción de conocimientos significativos orientados hacia aplicaciones concretas. Los contenidos están referenciados en conceptualizaciones con grados de creciente especificidad e integración. La interacción entre docentes-tutores, estudiantes y contenidos está fundamentada, como eje principal, en la concepción constructivista de la enseñanza, el aprendizaje y la intervención educativa. La misma se concreta en el diseño de materiales, en el desarrollo de propuestas de trabajo cooperativo y, especialmente, en los mecanismos de influencia educativa que deben llevar adelante los docentes-tutores.

6.2.- Caracterización del entorno virtual de enseñanza y aprendizaje propuesto

La Universidad Tecnológica Nacional, al concebir una propuesta educativa y tecnológica a distancia, considera un conjunto de aspectos tales como el modelo de aprendizaje que sostiene, las estrategias de enseñanza, las características de la situación de aprendizaje, quiénes aprenden, quiénes enseñan, el tiempo didáctico, las herramientas y recursos con que cuentan docente-tutores y estudiantes, los contenidos a enseñar, el modo de enseñarlos y la modalidad de evaluación de los aprendizajes.

En la Tecnicatura en Comercio Electrónico y Marketing Digital, los docentes-tutores y los estudiantes se comunicarán en los diferentes espacios del campus virtual y durante las clases por videoconferencia. Se proveerán materiales especialmente diseñados para esta carrera, actividades relacionadas con ellos, evaluaciones, y las correspondientes tutorías.

La EaD se desarrolla en un Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA), en algunos casos también denominado entorno virtual de enseñanza/aprendizaje (EVE/A), que no es simplemente una plataforma tecnológica, sino que plantea paradigmas para la enseñanza-aprendizaje acordes con las convenciones y posibilidades de la sociedad del conocimiento.

El EVEA, en este caso, el campus virtual, es una aplicación tecnológica diseñada para facilitar la comunicación pedagógica entre los participantes en un proceso educativo, sea éste completamente a distancia, presencial, o de naturaleza mixta, es decir, que combine ambas modalidades en diversas proporciones (Adell, Castellet y Gumbau, 2004).

El EVEA cumple con los requisitos enunciados en la reglamentación del SIED:

- a. Está basado en tecnologías abiertas y estándar que permiten el uso de recursos web.
- b. Permite diseñar, crear y gestionar espacios académicos adecuados para la presente propuesta formativa.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

- c. Brinda los recursos para crear, editar, publicar y rehusar, de manera flexible, materiales multimediales.
- d. Es una plataforma para interactuar y colaborar entre estudiantes y con sus docentes-tutores, de manera sincrónica y asincrónica.
- e. Contiene los medios para evaluar los conocimientos de manera sumativa y formativa.
- f. Integra y puede reutilizar objetos de aprendizaje disponibles en otras plataformas de UTN y en la web.
- g. Es un instrumento idóneo para realizar la gestión académica integral de las propuestas formativas

En el EVEA, los cursos se presentan en cronogramas de actividades y materiales semanales y los medios y espacios con que se cuenta para la construcción del conocimiento, son:

- a. *Archivos de todo tipo.* Contienen los materiales de estudio y su complementación con materiales multimediales.
- b. *Foros,* donde se promueven discusiones, aportes e intercambios de ideas. También se usan para consultas y aportes de los tutores y estudiantes. Uno de estos foros se destina a la actividad social y en él los estudiantes pueden intercambiar comentarios sobre sus trabajos, familias, lugares de residencia y otros temas personales. Se hace en consonancia con la idea expresada antes del EVEA como espacio social.
- c. *Tareas.* Espacios donde el tutor coloca una consigna para un trabajo práctico, los estudiantes envían su respuesta y el docente-tutor puede poner nota y hacer comentarios.
- d. *Actividades.* Son prácticas o resoluciones de problemas de autogestión de los estudiantes, ya que, al resolverlas, el campus les provee sus resultados. Pueden ser cuestionarios de opción múltiple, de verdadero/falso, de emparejamiento y de completar. También existe la posibilidad de hacer encuestas, llevar a cabo chats con los estudiantes en días y horarios prefijados, y proponer actividades lúdicas, como palabras cruzadas.
- e. *Glosario.* Puede armarlo el docente-tutor o los estudiantes, en conjunto. Con los foros y las wikis, constituyen espacios donde los estudiantes hacen contribuciones y trabajan en grupo.
- f. *Videos, animaciones, links.* Pueden hacerse con programas accesibles en la web y luego subirlos al campus o proveer un link.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

- g. *Cronogramas*. El campus cuenta con un calendario donde se pueden anunciar fechas de parciales y entregas de trabajos.
- h. *Herramientas de corrección*, como rúbricas prediseñadas que se pueden adaptar.
- i. *Links a las clases virtuales*.
- j. Otros que se agregan en forma constante, porque Moodle es una plataforma en continua adaptación.

6.3.- Modelo constructivista de la enseñanza

Ya que una de las cuestiones de los nuevos paradigmas es que a la luz del posicionamiento activo del estudiante el docente-tutor se ve en la obligación ético-política de revisarse y explicitar con claridad un posicionamiento el modelo educativo tomado como referencia en este equipo es el propuesto por el constructivismo social. Fundado en las ideas de Vygotsky y el constructivismo, Bruner (1966) considera al aprendizaje como un proceso activo en el que los individuos construyen nuevos conocimientos sobre la base de los ya logrados, por procesos de selección, de formulación de hipótesis, de toma de decisiones y otros, todos los cuales se apoyan en sus estructuras cognitivas, que le permiten ir “más allá de la información dada”, y con el apoyo y estímulo del medio social. Según Bruner (Ibid.), para un aprendizaje de calidad, la enseñanza debe organizarse en forma espiralada, no lineal, para que los aprendices construyan cada nivel mediante el apoyo sobre niveles ya logrados además de la necesaria construcción de espacios y estrategias de andamiaje como condicionantes materiales y simbólicos de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Su teoría de la instrucción se basa en cuatro aspectos:

- 1) La predisposición para el aprendizaje.
- 2) La estructuración del conocimiento a adquirir, para que sea accesible a los estudiantes.
- 3) La secuenciación eficiente de los conocimientos que se presentan.
- 4) La naturaleza de la progresión de críticas y recompensas. En su trabajo más reciente, Bruner (1986, 1990, 1996) ha dado más importancia al rol del medio social en el aprendizaje, en lo que constituye una tendencia que se ha dado en llamar constructivismo social.
- 5) La construcción del andamiaje como procesos de interacción, inherente a las prácticas educativas, entre los estudiantes y el entorno socio-cultural en el cual se desarrollan.

De acuerdo con ello, sostenemos el siguiente enfoque:



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

- 1) El aprendizaje es un proceso en el que intervienen la percepción, el procesamiento de la información, la conceptualización y la memoria, entre otras operaciones. El conocimiento se construye por esos medios, dentro de las estructuras cognitivas de cada sujeto, sobre la base de sus experiencias.
- 2) La construcción del conocimiento implica la construcción de un sistema de categorías interrelacionadas y jerárquicas.
- 3) La educación impulsa el desarrollo de capacidades y habilidades que permiten a las personas aprender cada vez mejor, a medida que se desarrollan sus procesos mentales superiores. La educación nos vuelve “mejores aprendices”.
- 4) Es un rol central del docente-tutor organizar los contenidos de la enseñanza, así como los recursos materiales, para que sean accesibles a los aprendices.
- 5) La trayectoria de los estudiantes es un aspecto de los institucional por lo tanto el reconocimiento por ejemplo de saberes previos es un elemento fundamental en el marco de la teoría de zona de desarrollo próximo como propósito de trabajo docente-tutor.
- 6) La autoevaluación forma parte del aprendizaje. La constatación de logros y fracasos, por parte del aprendiz, se constituye en un factor de crecimiento sólo si se enmarca en un contexto de contención en el que participen los docentes-tutores. Así se hace posible que el aprendiz logre una autoevaluación ecuánime y mantenga o intensifique su motivación para aprender.
- 7) En la medida en que los estudiantes fortalezcan su poder de indagación independiente, podrán transformarse en elementos de enriquecimiento para el grupo. De este modo, nuestra concepción del aprendizaje conjuga la interacción social con el aprendizaje autónomo.

6.4.- Diseño del proceso de enseñanza y aprendizaje en la educación a distancia

Entendemos la modalidad a distancia como el proceso de enseñanza y aprendizaje no presencial en el cual se mediatiza la relación pedagógica con la utilización de distintos medios, estrategias y materiales de aprendizaje con un procesamiento didáctico apropiado. De esta forma, se constituye un entorno virtual de aprendizaje asincrónico con instancias educativas sincrónicas (es decir, en tiempo real) en el que se propicia un aprendizaje cooperativo.

La interacción entre docentes-tutores, estudiantes y contenidos está fundamentada, como eje principal, en la concepción constructivista de la enseñanza. Esto se concreta en el diseño de materiales que desarrollen propuestas de trabajo cooperativo que inviten al estudiante a involucrarse



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

más directamente con los contenidos, dejando de ser un receptor pasivo del conocimiento y convirtiéndose en un partícipe de la construcción del conocimiento en el aula virtual.

Para que exista un verdadero aprendizaje; esto es, construir conocimientos significativos, orientados al cambio de actitudes, adquisición de competencias y concreción de resultados en sus contextos de actuación, es necesario que:

- 1) Los estudiantes sean autónomos en la búsqueda, selección y validación de la información, permitiendo la construcción personal y original del conocimiento.
- 2) Exista un acompañamiento a cargo de un formador con sólidos conocimientos sobre el tema abordado y verdadera competencia pedagógica, capaz de estimular y promover la autonomía y el pensamiento crítico de los estudiantes.
- 3) Se produzca una interacción entre todos los actores del trayecto, mediada por el espacio compartido.
- 4) La instancia de formación se realice dentro de un marco constructivista, dialógico y colaborativo, capaz de promover el logro de los puntos 1,2 y 3.

Nuestro modelo educativo, es un proceso centrado en los estudiantes como constructores del proceso de aprendizaje, ya que es el constructor de sus propios conocimientos en el marco del acompañamiento experto y dialógico del docente-tutor. Sobre la base de los fundamentos señalados, adherimos a un enfoque de educación a distancia constructivista y colaborativo a partir del cual se elaboran las carreras.

Este modelo está pensado y elaborado con la finalidad de promover una auténtica construcción de conocimientos y adquisición de habilidades y competencias por parte de nuestros estudiantes. Su finalidad es poner en juego un conjunto de componentes dinamizadores de aprendizajes autónomos y originales de los participantes. Estos componentes son:

- Promoción de la autonomía y originalidad de los participantes como eje fundamental de la propuesta formativa.
- Contenidos movilizadores y actuales.
- Actividades innovadoras que promueven la construcción individual y/o colaborativa de conocimientos.
- Promoción de las instancias colaborativas en diferentes comunidades de aprendizaje.
- Conducción docente emancipadora.
- Foros proactivos.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

-Instancias de formación en tiempo real, mediante el Aula virtual Sincrónica (AVS).

De esta manera, el proceso de enseñanza-aprendizaje se instrumenta en dos maneras generales:

I. Clases sincrónicas

Se ofrecen por videoconferencia. Los estudiantes pueden participar desde sus computadoras o dispositivos móviles.

Las clases están a cargo de un profesor de la Universidad. Los estudiantes participan en ellas ingresando desde el campus virtual. No son meramente expositivas, sino que se posibilita la formulación de preguntas, se debaten temas o se resuelven en forma grupal ciertos interrogantes propuestos por el docente-tutor. Proveen un intercambio en tiempo real y quedan disponibles en la plataforma para que los estudiantes puedan verlas varias veces o para que las vean quienes no pudieron asistir.

Estas clases hacen posible:

- Poner en contacto personal a los estudiantes entre sí y con el docente-tutor.
- Colocar a todos los alumnos en igualdad de condiciones para la recepción de los contenidos.
- Interacción, en tiempo real, entre el docente-tutor y sus estudiantes, cualquiera sea la ubicación geográfica en que se encuentren.
- Simultaneidad de la recepción de los contenidos, que posibilita que la pregunta o duda de alguno de los alumnos sea compartida por todos, levantando el nivel de la calidad de la instrucción.
- Eliminación de costos en viajes y hospedajes de los docentes-tutores y/o estudiantes.
- Minimización del tiempo en que los estudiantes estarán alejados de sus tareas habituales.

II. Clases asincrónicas

Las “aulas” de las asignaturas están en el campus de virtual, gestionado sobre una plataforma Moodle. En ese espacio, los tutores organizan el trabajo grupal, colaborativo, de los estudiantes, mediante foros de discusión y otros recursos, como tareas, encuestas, etc.

Ver la sección “Caracterización del entorno virtual de enseñanza y aprendizaje propuesto”, para una descripción de las posibilidades del campus.

Asimismo, los docentes-tutores requieren la presentación periódica de trabajos prácticos, algunos realizados en equipo y otros, en forma individual. Los materiales didácticos están también alojados en ese sitio, en soporte de archivo electrónico para imprimir, o audiovisual. En las asignaturas hay



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

bibliotecas de minivideos sobre temas específicos, confeccionados por los docentes-tutores apoyados por el equipo de diseño.

Como se ve, las clases sincrónicas y asincrónicas, unidas a la interacción online, están de acuerdo con los postulados del constructivismo social, base del modelo, y con las formas de aprender de los adultos, porque posibilitan el aprendizaje autodirigido, al ofrecer espacios de trabajo independiente y también colaborativo.

6.5.- Perfil docente y su desempeño académico

6.5.1.- Perfil docente

Los docentes deben poseer título universitario de cuatro o más años, con titulación reconocida por el Ministerio de Educación de la nación, en el área correspondiente a la asignatura que impartan, con experiencia demostrable en ese campo. Deberán también poseer las competencias y saberes descritos en la en Anexo III de la Ordenanza 1637/2018.

El hecho de que en el modelo pedagógico elegido tenga como eje el aprendizaje del estudiante, no quiere decir que el tutor tenga un rol menos activo. Por el contrario, su rol de mediador es fundamental a la hora de acompañar y orientar el aprendizaje de los estudiantes. Para el éxito de las experiencias educativas en la Educación a Distancia, el papel del tutor es central, razón por la cual es necesario enriquecer las propuestas formativas con un facilitador del aprendizaje, que promueva y oriente el desarrollo personal y la interacción social.

El rol del docente-tutor se centra fundamentalmente en la dinamización del grupo y en asumir funciones de organización de las actividades, de motivación y creación de un clima agradable de aprendizaje y facilitador educativo, proporcionando experiencias para el auto-aprendizaje y la construcción del conocimiento (Paulsen, 1992 en Cabero, 2001, s/p).

En términos generales, en un entorno de aprendizaje constructivista, un buen docente-tutor motiva a los estudiantes analizando sus representaciones, dando respuestas y consejos sobre las representaciones y sobre todo cómo aprender a realizarlas, así como estimular la reflexión y la articulación sobre lo aprendido (Jonassen, 2000, p. 242).

Entre las funciones y requerimientos de dicho tutor podemos citar:

- Amplios conocimientos de la asignatura que se está abordando



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

- Conocimiento y dominio de modelos de educación a distancia y sus implicancias (capacidad de empatía, dominio de las dinámicas de grupo, autenticidad, sentido común y habilidades sociales).
- Disponibilidad y flexibilidad horaria para atender los requerimientos de los estudiantes sin horario esquematizado.
- Estimular la participación significativa de los estudiantes en los espacios de intercambio, alentándolos no solo a cumplir con la consigna, sino también a retomar e interpretar los aportes de los otros cursantes.
- Potenciar los recursos complementarios que se incorporen al curso mediante respuestas e intervenciones interesantes y propuestas innovadoras.
- Realizar el seguimiento del avance de los estudiantes para detectar posibles atrasos en el cumplimiento de las tareas y comunicarse oportunamente con cada cursante, instándolo a regularizar la situación.
- Comunicarse con sus estudiantes de manera frecuente.
- Notificar a su referente o coordinador, diligentemente, sobre cuestiones pedagógicas que podrían mejorarse o que fueron detectadas a partir de la práctica.
- Recomendar lecturas y actividades para mejorar o ampliar la oferta bibliográfica, con lecturas de publicaciones, modificaciones de leyes, etc.
- Llevar a cabo una evaluación continua del proceso de aprendizaje de los estudiantes.
- Proponer actividades para mejorar el rendimiento académico de los estudiantes que lo requieran.
- Vehicular las observaciones, demandas y sugerencias de los estudiantes que surjan a lo largo de la cursada.
- Relacionar los contenidos de una asignatura con los de las otras del plan de estudios para lograr una articulación tanto vertical como horizontal.
- Evaluar las distintas actividades ofreciendo una devolución de las mismas a cada estudiante y realizar un informe de desempeño que impacte en las instancias de evaluación

Estas tareas se resumen en cuatro líneas básicas del desempeño docente:

- Tareas de orientación, motivación y seguimiento: tomar iniciativas de comunicación, hacer un seguimiento del grado de progreso en el estudio, la lectura de los materiales y las actividades colaborativas. En este sentido, el docente-tutor puede detectar qué estudiantes



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

tienen dificultades para conectarse o seguir el plan de trabajo, de modo de dar rápida intervención a los tutores para que asistan a los estudiantes.

-Tareas de consultas: relativas al estudio de las asignaturas en todos sus aspectos, consultas de información de carácter profesional e incidentes en el estudio de la asignatura, consultas generales o administrativas relacionadas con la asignatura. El docente-tutor deberá en este sentido ser capaz de "contener" a los estudiantes ansiosos por encontrarse por primera vez en un entorno desconocido y reducir la angustia resultante.

-Tareas de evaluación: enviar propuestas periódicas de cuestiones para resolver problemas, corregir respuestas y devolver resultados. La mayor parte de esta tarea se realizará en los espacios de trabajo colaborativo, especialmente en el foro de debate del aula virtual. El docente-tutor pondrá especial atención en incentivar a los estudiantes a que integren contenidos procedimentales y teóricos. Tiene a su cargo tanto la evaluación formativa como la evaluación final de acreditación del espacio que se realizará bajo la modalidad presencial.

-Definición de un plan de trabajo: el plan de trabajo unifica metodológicamente la asignatura, la sitúa en su programa, la relaciona con las otras materias y la temporaliza. No debe confundirse Plan de Trabajo con el programa de la asignatura, sino que debe entenderse como la formulación del despliegue didáctico de la misma. El Plan de Trabajo estructura la cursada, pautando los contenidos, la bibliografía y las actividades de los estudiantes. Será una guía de acción del docente-tutor con la finalidad que el estudiante pueda organizar activa y eficazmente su aprendizaje.

En el caso de la presente carrera, todas estas actividades se deben planificar, organizar y discutir de manera continua, conjunta y cooperativa entre los docentes-tutores y con la Dirección de la Carrera. Este punto es central, dado el necesario trabajo interdisciplinar y la diversidad de saberes expresados en el equipo de docentes-tutores, junto a los referentes pedagógicos. Trabajar de manera cooperativa produce un efecto sinérgico, estimulante y creativo para la enseñanza, que beneficia el aprendizaje de los estudiantes.

El consorcio cuenta con los necesarios soportes tecnológicos para la implementación de la EaD, así como un equipo de profesionales expertos en la producción de materiales didácticos, conducción y coordinación de tutorías y gestión de las acciones pedagógicas en el campus virtual.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

6.5.2.- Interacción de docentes y estudiantes y de estudiantes entre sí

En el área de las situaciones de aprendizaje se producen los intercambios entre los docentes-tutores y los estudiantes, y los estudiantes entre sí. Es el lugar principal de la actividad de enseñanza y aprendizaje. A propósito de las propuestas formuladas por los tutores, los estudiantes pueden hacer consultas o tratar un tema determinado.

El tutor realizará aportes, aclaraciones, rectificaciones y ampliaciones. Asume el compromiso de trabajar en la plataforma con una frecuencia semanal mínima de 3 (tres) veces, siendo deseable su presencia diaria. También es la recomendación para los estudiantes, cuya participación debe estar precedida por trabajo con la bibliografía.

Para la interacción entre docentes-tutores y estudiantes existen diferentes espacios en el campus virtual, a saber:

- a. Materiales de estudio. Estos materiales han sido diseñados como trayectos de mediación pedagógica. Aunque no hayan sido obra del docente-tutor (artículos, libros, etc.), los estudiantes interactuarán con sus autores cuando cubran el trabajo con esos materiales.
- b. Foros. Como ya se ha explicado, pueden ser de consulta, de discusión o sociales.
- c. Encuestas, cuestionarios.
- d. Chats, programados en determinados días y horarios.
- e. Clases por videoconferencia, sincrónicas.

Para la interacción entre estudiantes, el campus provee:

- a. Foros, como hemos dicho.
- b. Wiki. Página web donde varios estudiantes pueden editar un documento de manera colaborativa.
- c. Blog. Los estudiantes pueden aportar materiales en el blog del campus.
- d. Glosario. El campus permite que los estudiantes lo construyan a medida que van aprendiendo los términos técnicos.
- e. Tareas. Los estudiantes pueden trabajar en equipos para su resolución.

6.5.3.- Diseño didáctico de recorrido por actividades de aprendizaje

Cada tema contará con un diseño didáctico que planificará el recorrido por actividades o instancias de aprendizaje. La tabla de diseño didáctico de cada unidad temática incluirá el o los objetivos, las actividades mediante las cuales se propone conseguir dichos objetivos, el material de trabajo, el módulo o herramienta con la que se trabajará, la consigna de la actividad tal como aparecerá en el material didáctico y en el



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

campus virtual, la fecha de inicio, la fecha de cierre, el formato de entrega y el criterio de evaluación de la unidad.

Se proveen instancias de recuperatorio para quienes no logren cumplir con la tarea en tiempo y forma, de manera de dotar de flexibilidad a la propuesta didáctica.

6.5.4.- Evaluación del desempeño docente

El desempeño de los docentes-tutores se medirá en términos de:

- Cumplimiento de cronogramas
- Frecuencia y calidad de los comentarios e intercambios con los estudiantes
- Pertinencia y calidad de las retroalimentaciones brindadas en exámenes y tareas
- Aportes a los materiales didácticos y a la tarea de EaD
- Modo de conducción de las clases virtuales sincrónicas, tanto en las exposiciones como en las respuestas a las preguntas en tiempo real

Los instrumentos seleccionados para medir estos indicadores son:

- Encuestas de satisfacción a final de cada cursada
- Observación y monitoreo
- Entrevistas anuales a grupos acotados de estudiantes, egresados y docentes-tutores

6.5.5.- Características de los materiales de estudio de la propuesta didáctica

El curso cuenta con contenidos que fueron diseñados por profesionales expertos en la temática, que trabajan con asesoramiento de un diseñador didáctico. Estos contenidos se presentan en varios formatos:

- Lecturas obligatorias que guían al estudiante en el proceso de formación. Estas se presentan en formato que permite imprimir o navegar sin conexión.
- Infografías, guías visuales con las que se pueden presentar contenidos y conceptos centrales de cada unidad. Este recurso resume información importante en un formato que al estudiante le resulta fácil de interpretar. Este material también puede ser descargado e impreso si así lo requiere el estudiante.
- Material complementario: enlaces, documentos descargables y otros recursos seleccionados especialmente para complementar las lecturas e infografías.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

-Videos y animaciones que refuerzan o amplían los conceptos presentes en el material escrito.

-Videoconferencias en línea, mediante el Aula Virtual Sincrónica (AVS).

Es importante señalar que, además de los materiales en los que se vuelca el contenido de las unidades del curso, el estudiante tendrá a su disposición el programa y el cronograma de la cursada, la rúbrica de evaluación, tutoriales y una guía sobre cómo usar el campus virtual.

Todos estos materiales se agrupan en Unidades semanales de contenidos y trabajo, que se organizan de la siguiente manera:

En cuanto a contenidos:

- a. Introducción de la Unidad. Donde se presentan brevemente los temas centrales del material.
- b. Objetivos que describen el logro esperable luego de estudiar el material y llevar a cabo las actividades.
- c. Modo en que los estudiantes podrán constatar el logro de los objetivos
- d. Temario.
- e. Bloques temáticos. Contenidos de estudio y actividades.
- f. Cierre o resumen final, generalmente, con un gráfico.
- g. Una sección donde se destaca qué se estudió en esa unidad y cómo se va a relacionar con la siguiente.

6.5.6.- Descripción del subsistema de diseño, producción y evaluación de materiales

El consorcio cuenta con equipos interdisciplinarios que desarrollan el material didáctico en cada una de sus etapas: planificación, desarrollo, producción, evaluación y reajuste.

Para cada asignatura, el equipo confeccionará además un documento de diseño didáctico que mostrará el procedimiento didáctico utilizado, una tabla de simultaneidad de tareas que garantice un número razonable de tareas simultáneas, una tabla de carga, que muestra actividad por actividad los tiempos estimados de lectura, estudio y producción intelectual, balanceando la cantidad de carga horaria semanal y justificando la carga horaria total de la asignatura.

La elaboración de materiales se lleva a cabo en un proceso con varios pasos.

- a. Redacción de los contenidos mínimos.
- b. Redacción del programa de la asignatura.
- c. Decisiones sobre el enfoque de la asignatura.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

- d. Decisiones sobre los recursos a utilizar.
- e. Producción de la primera versión de los materiales.
- f. Revisión y sugerencias de diseño.
- g. Producción de la versión definitiva de los materiales.
- h. Aprobación final de los materiales.
- i. Subida de materiales al campus virtual.
- j. Creación de espacios específicos y actividades y subida de materiales adicionales en el campus virtual.

6.5.7.- Evaluación de los materiales

La evaluación de los materiales se llevará a cabo en dos momentos: antes y después de su uso.

I. Evaluación previa:

El docente-tutor y el equipo de diseño didáctico realizan una evaluación en proceso del material previo a la publicación.

Su objetivo es establecer si los materiales cumplen con los estándares de calidad fijados por la institución.

Su propósito es que se puedan realizar modificaciones a los materiales antes de su uso, si la evaluación lo determinara necesario.

La fuente de datos son los materiales mismos, puestos en el campus, y sus materiales adicionales, actividades, tareas y evaluaciones propuestas.

Los instrumentos son tres rúbricas de evaluación, para cada una de las dimensiones que se detallan a continuación.

Las dimensiones son:

a) Propuesta pedagógica

- Relación de la asignatura con otras y con el currículum.
- Elección del enfoque adecuado para la epistemología de la asignatura y el método a emplear.
- Enunciación de los objetivos según convenciones aceptadas.
- Coherencia entre los objetivos y las evaluaciones propuestas.
- Secuenciación de contenidos y actividades.
- Inclusión de espacios para trabajo colaborativo.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

-Asociación de conocimientos a la realidad de los estudiantes.

b) Comunicativa

- Calidad gramatical, léxica y discursiva del idioma.
- Adaptación del idioma al contexto y los interlocutores.
- Tratamiento del léxico propio de la asignatura.
- Variedad de medios y recursos para la comunicación.
- Posibilita el diálogo y la interacción

c) Evaluativa

- Coherencia entre el grado de dificultad de las evaluaciones y el de los materiales y actividades propuestos.
- Coherencia entre los objetivos y las evaluaciones.
- Coherencia entre las evaluaciones y el enfoque.
- Claridad de las consignas.
- Enunciación clara de los criterios de evaluación.

II. Evaluación posterior

Luego de que los materiales se hayan usado, en cada cursado.

Su objetivo es establecer si han surgido necesidades de modificaciones, en base a la experiencia de los estudiantes, el tutor y el estado del arte.

Las fuentes de datos son:

- B.1 Desarrollos novedosos en el campo científico o técnico que aborda la asignatura, que no existían al producirse los materiales.
- B.2 Novedades en la bibliografía que modifican lo expuesto en los materiales (Nuevos libros, artículos, etc.)
- B.3 Dudas y consultas de los estudiantes en los foros. *Ejemplo: Un tema recibió un gran número de consultas, porque los estudiantes requerían aclaraciones.*
- B.4 Errores u omisiones detectados durante el cursado, por los estudiantes o por el tutor.
- B.5 Consultas durante los parciales.
- B.6 Consultas sobre las tareas.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

- B.7. Carga horaria de cada unidad didáctica. *Ejemplo: Hubo una unidad en la que los estudiantes no hicieron las actividades optativas porque manifestaron no tener tiempo, por la carga de lectura y la envergadura del trabajo práctico.*
- B.8. El ítem sobre la calidad de los materiales, en las encuestas de satisfacción de los estudiantes.

El instrumento es una tabla en la que se anota lo detectado en cada uno de los ítems listados aquí. Se maneja igual que en la evaluación previa. Es una evaluación exploratoria y descriptiva.

6.6.- Bibliografía

La bibliografía se encuentra en el campus virtual, en los siguientes espacios:

- Contenidos de las Unidades de cada asignatura.
- Links a sitios web de reconocida calidad, como universidades o revistas científicas.
- Links a libros gratuitos.
- Links a videos propios o de terceros.
- Links a webinars.
- Links a películas.
- Artículos académicos en PDF con licencia Creative Commons o de uso libre.
- Cuando se solicita libros en papel, deben estar con probada existencia en librerías de todo el país, además de encontrarse en las bibliotecas de las FFRR del consorcio.

6.7.- Reglamento de estudios

En todas las circunstancias la Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico y Marketing Digital - Modalidad a Distancia- se adecuará al Reglamento de estudios vigente en la Universidad Tecnológica Nacional para las carreras de pregrado.

7.- ORGANIZACIÓN ACADÉMICA CURRICULAR

7.1.- Estructura por áreas de conocimiento

La organización por áreas se adecua a las múltiples exigencias de las formas de enseñanza, a las nuevas concepciones de la ciencia y a los requerimientos para la formación profesional. Esta organización permite reordenar las cátedras en campos epistemológicos o campos del saber.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

Agrupa áreas de conocimiento que pretenden acotar la sectorización favoreciendo el trabajo interdisciplinario.

El Plan de Estudios estará organizado en tres áreas principales conformadas de la siguiente manera:

Área de disciplinas complementarias

En este campo se incluyen los espacios que atienden a desarrollar capacidades creativas, de gestión, etc. que completan la formación del futuro egresado.

- Desarrollo organizacional
- Principios de administración y finanzas
- Estadística aplicada a negocios
- Marco legal de los negocios digitales
- Inglés

Área de disciplinas tecnológicas

En este el campo de formación se incluyen los espacios que proponen el desarrollo de capacidades específicas que aseguren un desempeño polivalente dentro de los espacios ocupacionales cuya complejidad exige no solo haber adquirido una cultura tecnológica de base, sino una formación específica de carácter técnico profesional.

- Usabilidad, accesibilidad y tecnologías de apoyo
- Diseño web y mobile
- Internet infraestructura y redes
- Gestores de contenido y plataformas web
- Gestión del conocimiento
- Tecnología y sociedad
- Gestión de proyectos
- Introducción al comercio electrónico
- Formulación y evaluación de proyectos digitales
- Métricas del mundo digital
- Plan de marketing digital
- Taller de campañas de marketing digital y analítica web
- Proyecto final



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

Área de disciplinas básicas

En esta área se incluyen aquellos espacios que generan los conocimientos fundamentales que serán usados por las diferentes disciplinas en la resolución de los problemas específicos de su área de conocimiento.

- Marketing estratégico y comunicación digital
- Lógica, calidad y servicio al cliente digital
- Marketing digital táctico y operativo
- Modelos de negocios y estrategias digitales



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

7.2.- Distribución porcentual por áreas

Área	Total de horas reloj	Porcentaje
Disciplinas complementarias	400	22%
Disciplinas tecnológicas	1020	55%
Disciplinas básicas	320	17%
Práctica supervisada	100	5%
Total	1840	100%

7.3.- Tronco integrador

Está constituido por un conjunto de espacios cuya finalidad es la de crear a lo largo de la carrera las conexiones multidisciplinares que permitirán al estudiante conocer en profundidad la especialidad considerada. Está conformado por las siguientes asignaturas:

- Introducción al comercio electrónico
- Plan de marketing digital
- Formulación y evaluación de proyectos digitales
- Usabilidad, accesibilidad y tecnologías de apoyo
- Taller de campañas de marketing digital y analítica web

En estos espacios se pretende que el estudiante adquiera conocimientos referidos a la venta en línea ya sea en una empresa/organización o de manera particular. Asimismo, el estudiante adquirirá formación en los que concierne a la estrategia web y campañas de marketing o comercialización. También incorporará conocimientos relacionados al marco legal en el que desarrollará su trabajo y tecnologías de apoyo desde una perspectiva inclusiva.



Ministerio de Educación
 Universidad Tecnológica Nacional
 Rectorado

7.4.- Plan de estudios

Año	Cód.	Espacio curricular	Régimen	Horas Sincrónicas, clases virtuales sincrónicas en el campus. (Horas reloj)	Horas asincrónicas - Tareas colaborativas en campos/ Foros/ (Horas reloj)	Total horas reloj
1	1	Inglés	Cuat.*	0 horas	80 horas	80
	2	Tecnología y sociedad	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	3	Principios de administración y finanzas	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	4	Usabilidad, accesibilidad y tecnologías de apoyo	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	5	Diseño web y mobile	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	6	Introducción al comercio electrónico	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	7	Marketing estratégico y comunicación digital	Cuat.I*	30 horas	50 horas	80
	8	Internet: Infraestructura y redes	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	9	Gestores de contenido y plataformas web	Cuat.*	30 horas	50 horas	80



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

	10	Estadística aplicada a negocios	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	11	Gestión de proyectos	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	12	Marco legal de los negocios digitales	Cuat.I*	30 horas	50 horas	80
	13	Logística, calidad y servicio al cliente digital	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	14	Marketing digital táctico y operativo	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	15	Formulación y evaluación de proyectos digitales	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	16	Gestión del conocimiento	Cuat.I*	30 horas	50 horas	80
	17	Métricas del mundo digital	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
3	18	Modelos de negocios y estrategias digitales	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	19	Plan de marketing digital	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	20	Taller de campañas de marketing digital y analítica web	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	21	Desarrollo organizacional	Cuat.*	30 horas	50 horas	80
	22	Proyecto final	Cuat.*	20 horas	40 horas	60
	Práctica supervisada					

*Se toma como base 16 semanas.

Total: 1840 horas reloj



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

7.5.- Régimen de correlatividades

Código	Asignatura	Para Cursar		Para Rendir
		Cursada	Aprobada	Aprobada
1	Inglés	---	---	---
2	Tecnología y sociedad	---	---	---
3	Principios de administración y finanzas	---	---	---
4	Usabilidad, accesibilidad y tecnologías de apoyo	---	---	---
5	Diseño web y mobile	---	---	---
6	Introducción al Comercio Electrónico	3	3	3
7	Marketing estratégico y comunicación digital	5	5	5
10	Estadística aplicada a negocios	6	6	6
13	Logística, Calidad y Servicio al Cliente digital	9	9	9
15	Formulación y evaluación de proyectos digitales	11	11	11
22	Proyecto final	1 a 17	1 a 17	1 a 20

Nota: Para iniciar la Práctica Supervisada el alumno debe tener aprobadas todas las asignaturas que conforman el primero, segundo y tercer cuatrimestre de la carrera.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

7.6.- Programas sintéticos

Espacio curricular: **Inglés**

Código: 01

Área: Disciplinas Complementarias

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Desarrollar estrategias de lectura e interpretación de textos.
- Advertir componentes lingüísticos constitutivos de la lengua inglesa a nivel contextual, textual y gramatical.
- Examinar diversos objetos de aprendizaje que permitan un aprendizaje interactivo para propiciar el fortalecimiento de estrategias metacognitivas en el proceso de construcción de la lengua.
- Desarrollar estrategias metacognitivas de aprendizaje que confluyan hacia una reflexión continua y aprendizaje autónomo.
- Desarrollar estrategias de lecto-comprensión y aprendizaje que permitan un abordaje de textos de forma autónoma.
- Identificar la función comunicativa del lenguaje.
- Analizar diversos textos expositivos, su estructura, secuencias textuales y sus funciones
- Advertir relaciones semántico-gramaticales en la estructura oracional y en el párrafo.

Contenidos mínimos:

- Niveles de análisis: contextual, textual y gramatical en el tratamiento de las prácticas de lectura guiada.
- Nivel textual: Elementos de cohesión y sus relaciones.
- Nivel gramatical: La construcción de los tiempos verbales.
- Nivel gramatical: Los afijos. Anticipatory it y there como sujetos en la estructura oracional.
- Grado comparativo y superlativo de los adjetivos. Las oraciones condicionales (tipo 0, I, II y III).
- La voz pasiva.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Tecnología y sociedad**

Código: 02

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Identificar las diferencias entre ciencia y tecnología.
- Identificar las principales innovaciones tecnológicas en el proceso histórico.
- Conceptualizar la sociedad, el estado, los actores y las instituciones.
- Identificar el impacto de la tecnología en la evolución de las sociedades.
- Identificar las transformaciones sociales inducidas por la tecnología y su impacto en la calidad de vida.
- Identificar las transformaciones producidas por las TIC en el trabajo y la educación
- Identificar la función social de la tecnología.

Contenidos mínimos:

- El conocimiento científico.
- Ciencia, Tecnología. Desarrollo. Concepto.
- El campo de la ciencia y la tecnología.
- La evolución histórica de la tecnología.
- La construcción social de la tecnología.
- La tecnología como campo de conocimiento en la sociedad.
- Relaciones entre Tecnología y Sociedad.
- Impacto en las formas de vida, en el trabajo y las comunicaciones.
- Impacto ambiental.
- La sociedad del conocimiento.
- Las revoluciones tecnológicas.
- El desarrollo tecnológico a lo largo de la historia.
- La teoría del actor-red y la revolución tecnológica.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Principios de administración y finanzas**

Código: 03

Área: Disciplinas complementarias

Régimen: Cuatrimestral

Horas: 80

Objetivos:

- Identificar los elementos básicos necesarios para la gestión de negocios.
- Identificar las principales variables que influyen en el proceso de presupuestación y administración de recursos.
- Reconocer mecanismos efectivos para control y gestión de operaciones económicas de la empresa.

Contenidos mínimos:

- Concepto de administración.
 - Proceso administrativo.
 - Áreas funcionales: alcance e interrelaciones.
 - Perspectiva sistémica de las organizaciones; análisis de los objetivos organizacionales y su efectividad; análisis y diseño de estructuras organizativas.
 - Análisis y diseño de sistemas de información.
 - Análisis de los procesos organizacionales internos.
 - Análisis financiero con información contable.
 - Interpretación del desempeño de la empresa.
 - Proyecciones económicas y financieras.
 - Alcance y contenidos de presupuestos.
 - Preparación de presupuestos.
 - Evaluación y Control presupuestario.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Usabilidad, accesibilidad y tecnologías de apoyo**

Código: 04

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Identificar las personas en situación de discapacidad y proponer soluciones de accesibilidad.
- Planificar la accesibilidad y la usabilidad de las tecnologías para garantizar la participación ciudadana inclusiva.
- Implementar procesos de capacitación técnico-pedagógica sobre rampas digitales.
- Evaluar instituciones y programas educativos para la mejora continua.
- Gestionar las TIC y las rampas digitales.
- Aplicar tecnologías de apoyo.

Contenidos mínimos:

- Las TIC y la inclusión.
- Las tecnologías de apoyo a personas en situación de discapacidad.
- Alcance de la accesibilidad en la sociedad del conocimiento.
- Las rampas digitales y las TIC.
- Relación entre usabilidad y accesibilidad.
- Pruebas de usabilidad.
- Estándares y pautas de accesibilidad reconocidos.
- La usabilidad y la accesibilidad como aporte de experiencia satisfactoria de los usuarios y ciudadanos digitales.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Diseño web y mobile**

Código: 05

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Comprender los conceptos básicos de diseño web y mobile.
- Identificar los conceptos básicos de interactividad.
- Aplicar un diseño inteligente de experiencia de usuario.

Contenidos mínimos:

- Conceptos fundamentales de diseño.
 - Conceptos básicos de interacción.
 - Definición de diseño interactivo.
 - Definición de sitio web.
 - Diseño de sitios web para visualizar desde múltiples plataformas (pc y dispositivos móviles) optimizada para cada dispositivo.
 - Entregables de contenidos compatibles.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Introducción al comercio electrónico**

Código: 06

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Operar de manera profesional y responsable las actividades de comercio electrónico.
- Comprender las características únicas de la economía digital y el comercio electrónico.
- Discernir entre las estrategias, metodologías, y herramientas disponibles para una implementación de comercio electrónico en una organización

Contenidos mínimos:

- Cambios en el entorno del comercio a partir de Internet y del avance de la tecnología.
 - Interconexión en red.
 - Las nuevas responsabilidades de los negocios y las empresas en un mundo interconectado. Orígenes e historia del comercio electrónico.
 - Definición y diferencias con el comercio tradicional.
 - Características: ubicuidad, alcance global, estándares universales, riqueza, interactividad, densidad de la Información.
 - Personalización/adecuación.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Marketing estratégico y comunicación digital**

Código: 07

Área: Disciplinas básicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Identificar las características del marketing estratégico.
- Reconocer el concepto de la marca como fundamento de la planificación.
- Interpretar el posicionamiento desde el entendimiento de los usuarios, la propuesta de valor y la posición competitiva de la organización.
- Conocer las tendencias.
- Interpretar las tendencias para poder tomar decisiones estratégicas de negocio y comunicación.
- Identificar el rol del sitio web en la estrategia de marketing del negocio.
- Brindar una experiencia de usuario óptima en su sitio web.

Contenidos mínimos:

- Estrategia de marketing en línea: diferencia entre el marketing en línea y el marketing tradicional. Performance vs. Branding.
 - Macromomentos vs. Micromomentos.
 - Segmentación. Las cuestiones legales, éticas, políticas y sociales del comercio electrónico. Privacidad. Las técnicas de marketing. Email Marketing. Buscadores: SEO y SEM.
 - Redes Sociales. Video Marketing.
 - Detección de clientes a través de programas uno-a-uno.
 - Administración de redes sociales.
 - El marketing móvil.
 - Costos y beneficios. De lo social a lo comercial.
 - Medición de Resultados.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Internet infraestructura y redes**

Código: 08

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Identificar las características de la tecnología de Internet.
- Identificar los requisitos básicos y el funcionamiento de las redes y la arquitectura de la web.
- Describir el funcionamiento de las plataformas web, bases de datos y sistemas de soporte de comunicaciones de datos.
- Aplicar metodologías de análisis y requerimientos de comunicaciones para el funcionamiento de sitios y plataformas web.

Contenidos mínimos:

- Introducción a las Comunicaciones.
 - Arquitectura de redes de datos, estándares
 - Modelos de referencia. Modelos básicos de transmisión.
 - Tecnologías de transmisión.
 - Tecnologías de redes LAN, Wifi, TCP/IP.
 - Aplicaciones y servicios básicos de comunicaciones: DNS, Correo electrónico, HTTP, FTP.
 - Arquitectura Web: elementos y arquitectura de la WWW (world wide web), servidores y clientes web, protocolo HTTP, métodos.
 - Lenguaje HTML, tags, HTML 5. XML, SOAP.
 - Interactividad, formularios, campos de datos, cookies.
 - Uniform resource location (URL's).
 - Bases de datos.
 - Modelos de desarrollo para web.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Gestores de contenido y plataformas web**

Código: 09

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Describir los componentes físicos, lógicos y humanos de un sistema de gestión y plataformas para el comercio electrónico.
- Describir las funciones de los diferentes componentes físicos de los sistemas informáticos de gestión de contenidos y plataformas de comercio electrónico.
- Identificar las necesidades de sistemas de gestión de contenidos o plataformas de comercio electrónico para una organización.

Contenidos mínimos:

- Sistema de gestión de contenidos.
- Historia. Gestión del contenido.
- Funcionamiento.
- Gestión de usuarios.
- Tipos de gestores de contenidos.
- Características de un CMS.
- Iniciativas de estandarización.
- Ventajas y oportunidades.
- Ejemplos de CMS por ámbito habitual de empleo. plataforma de comercio electrónico incluye la promoción y comunicación de información sobre empresas y productos a una base global de usuarios.
- Plataformas Web de Comercio electrónico.
- Gestión pedidos y pagos de bienes y servicios en línea, productos de software e información en línea. Las empresas interconectadas en red, las intranets y extranets, la plataforma de comercio electrónico. Procesos en línea de desarrollo de marketing, ventas, despacho, prestación de servicios adquiridos y pagados por las comunidades virtuales globales de clientes.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Estadística aplicada a negocios**

Código: 10

Área: Disciplinas complementarias

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Analizar la información
- Organizar los datos de forma de facilitar su posterior uso y la toma de decisiones en el contexto de los negocios
- Formular problemas de negocios, estructurarlos y procesar la información.
- Usar herramientas técnicas de base estadística para la adecuada toma de decisiones.

Contenidos mínimos:

- Herramientas y conceptos para el desarrollo de habilidades cuantitativas para la toma de decisiones.
 - Métodos estadísticos con aplicaciones a los negocios en Excel.
 - Comprensión y uso de herramientas básicas de análisis e inferencia estadística tratando de que el alumno sea un usuario de estos métodos, comprenda en qué consisten, cuál es la intuición, su uso y aplicaciones.
 - Estadística Descriptiva.
 - Probabilidades y decisiones bajo incertidumbre.
 - Inferencia estadística.
 - Introducción al análisis de regresión.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Gestión de proyectos**

Código: 11

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Conocer el rol de la gestión de proyecto.
- Conocer los estándares de la gestión de proyectos.
- Controlar el avance del proyecto.
- Conseguir una alineación estratégica.

Contenidos mínimos:

- Qué es un proyecto.
 - Tipos de proyectos.
 - Ciclos de vida de los proyectos.
 - Gestión de proyectos.
 - Project Management vs Habilidades.
 - Fases de un proyecto (Alcances, Plazos, Costos, Calidad, Recurso humano, otros).
 - Metodologías ágiles para gestión de proyectos.
 - Administración de proyectos en áreas digitales.
 - Las TIC disponibles para un Project management.
 - Stakeholders
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Marco legal de los negocios digitales**

Código: 12

Área: Disciplinas complementarias

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Analizar los marcos legales para el desarrollo de los negocios digitales en el ámbito nacional e internacional.
- Evaluar los riesgos.
- Definir políticas, procesos y procedimientos dentro de la organización para gestionar los negocios dentro de los marcos legales de la industria.
- Aplicar las recomendaciones legales en la gestión del negocio digital.

Contenidos:

Marco legal e impositivo en Argentina y mercados transfronterizos.

Ética, privacidad, las normas legales y las buenas prácticas del comercio electrónico.

Copyright.

Legislación internacional y Argentina.

Protección de datos personales.

Derecho aplicado, derecho publicitario, derecho de los consumidores.

Revisión de las normas argentinas respecto a Derechos y Ciudadanía Digital de acuerdo a la

Normativa actualizada que regula la vida y la ciudadanía digital según Min Jus 2022

(<https://www.argentina.gob.ar/justicia/convosenlaweb/derechos-y-ciudadania-digital>)

Ley 11.723. Régimen de Propiedad Intelectual.

Regula el derecho de propiedad de las obras científicas, literarias o artísticas y protege los derechos de sus autores.

Código Penal. Art. 118. Delitos contra la integridad sexual.

Describe los delitos contra la integridad sexual como las agresiones sexuales que atentan contra la integridad, la privacidad y la identidad de las personas.

Ley 24.240. Ley de Defensa del Consumidor.

Protege las compras o contrataciones de servicios en internet.

Ley 25.326. Ley de Protección de los Datos Personales.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

Establece la protección integral de los datos personales asentados en cualquier medio técnico de tratamiento de datos y garantiza el derecho a la privacidad y a la intimidad de las personas.

Ley 25.506. Ley de Firma Digital.

Reconoce el empleo de la firma electrónica y de la firma digital y su eficacia jurídica.

Ley 26.388. Delitos informáticos. Modificación del Código Penal.

Incorpora al Código Penal los delitos cometidos por medios informáticos.

Ley 26.904. Ciberacoso. Incorporación al Código Penal.

Incorpora el ciberacoso o grooming como delito al Código Penal.

Ley 26.951. Creación del Registro Nacional "No Llame".

Protege a los usuarios de los servicios de telefonía de los abusos en la publicidad, oferta, venta y regalo de bienes o servicios no solicitados.

Ley 27.078. Ley Argentina Digital.

Declara de interés público el desarrollo de las TICs, las Telecomunicaciones y sus recursos asociados con el objetivo de garantizar el acceso de toda la ciudadanía a los servicios de la información y las comunicaciones en condiciones sociales y geográficas equitativas y con los más altos parámetros.

Ley 27.483. Convenio para la Protección de las Personas con respecto al Tratamiento Automatizado de Datos de Carácter Personal.

Garantiza a cualquier persona el respeto de sus derechos y libertades, en especial, con respecto al tratamiento automatizado de sus datos personales.

Ley 27.555. Régimen Legal del Contrato de Teletrabajo.

Regula los derechos y obligaciones de las partes en la relación laboral que se desarrolla a distancia.

Ley 27.590. Programa Nacional de Prevención y Concientización del Grooming o Ciberacoso contra Niñas, Niños y Adolescentes.

Crea el Programa de Prevención y Concientización del Grooming o Ciberacoso contra Niñas, Niños y Adolescentes.

Información actualizada a junio de 2022



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Logística, calidad y servicio al cliente digital**

Código: 13

Área: Disciplinas básicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Identificar los procesos logísticos, los actores y las necesidades para cumplir con el servicio de distribución y entrega de productos en el comercio electrónico.
- Diseñar instrumentos para evaluar la calidad y el servicio al cliente online digital.
- Reconocer el nivel de satisfacción del servicio al cliente en los procesos digitalizados.
- Optimizar la gestión de las variables operativas dentro de la organización para el soporte del comercio electrónico y los canales digitales de servicio al cliente.

Contenidos mínimos:

La logística en el marco de la estrategia de comercialización para el comercio electrónico.

Elementos del sistema logístico. Variables relevantes.

Integración Comercialización-Producción.

Canales de distribución: cobertura, aprovisionamiento, stock y fidelización del canal proveedor de servicios para el comercio electrónico.

Administración de la cadena de valor proveedor-cliente para lograr satisfacción del consumidor digital.

Distintas formas sistémicas de atender al cliente externo e interno utilizando sistemas de soporte digitales (bots,chats,redes sociales,etc).

Diseño de encuestas de satisfacción, medición y mejora. Indicadores de los factores críticos para los clientes digitales. Aplicación utilizando herramientas online.

Tablero de comando.

Modelo para crear, administrar y mejorar la satisfacción del cliente online.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Marketing digital táctico y operativo**

Código: 14

Área: Disciplinas básicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Desarrollar acciones de marketing digital que de manera efectiva generen tráfico a un sitio web.
- Ejercitar las actividades necesarias para integrar los medios digitales en las estrategias de comunicación de emprendimientos y empresas atendiendo a las posibilidades de difusión en Internet como medio de promoción.
- Conocer el funcionamiento de las distintas herramientas de promoción, publicidad, difusión y posicionamiento de la marca en Internet.

Contenidos mínimos:

- Comunicación integrada online offline.
 - Concepto, descripción, costos, alcances, efectividad de canales de difusión.
 - Medios y redes sociales.
 - Definición de estrategia, objetivos, tipo de campañas.
 - Criterios de selección de medios, formatos publicitarios.
 - Marketing en motores de búsqueda, Email marketing
 - Publicidad display online.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Formulación y evaluación de proyectos digitales**

Código: 15

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas: 80

Objetivos:

- Aplicar la metodología y herramientas de planificación y evaluación de proyectos de inversión en situaciones del mundo de las organizaciones y negocios digitales.
- Identificar las responsabilidades y habilidades pertinentes de las personas que deben gerenciar proyectos y de aquellos que conformarán el equipo de proyectos.
- Diseñar, planificar, evaluar y controlar críticamente proyectos digitales.

Contenidos mínimos:

Realización de Estudios del mercado digital para identificación de rubros e industrias donde puedan aplicarse diferentes procesos de transformación digital para desarrollar productos o servicios con demanda basados en comercio electrónico o herramientas de comunicación del marketing digital.

Revisión de la oferta, el precio y procesos de la comercialización digital usados por competidores de la empresa para evaluar factibilidad de realizar proyectos digitales para implementar una presencia online en el mundo del comercio electrónico o uso intensivo de internet para atención y servicio al cliente de empresas y organizaciones.

Preparación y formulación de proyectos. Atributos del proyecto. Ciclo de vida del proyecto. Tipos de Proyecto. Estructuras organizacionales para la gestión de proyectos. Análisis y evaluación económico/ financiera de proyectos.

Estudio económico; costos, inversiones, cronograma de inversiones. Evaluación económica. Flujo de fondos

Planificación y control de proyectos. Objetivo y alcance del proyecto.

Estructura de división del trabajo. Asignación de responsabilidades.

Identificación y evaluación de los riesgos del proyecto. Dirección de proyectos.

Responsabilidades. Habilidades directivas: liderazgo, comunicación, interpersonales, manejo de crisis, manejo de estrés, resolución de problemas, negociación, administración del tiempo, delegación, administración de los cambios.



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Gestión del conocimiento**

Código: 16

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Conocer los conceptos y la teoría relacionados con la Gestión del Conocimiento.
- Identificar la importancia de la información y del conocimiento en las organizaciones de la sociedad actual.
- Identificar el desarrollo de la gestión del conocimiento y de las organizaciones, la importancia del factor humano y del capital intelectual en el contexto de la organización.
- Diseñar y usar herramientas de gestión del conocimiento.

Contenidos mínimos:

- Importancia del conocimiento en las organizaciones.
 - Características de las organizaciones basadas en el conocimiento.
 - La “organización inteligente” y la economía basada en el conocimiento.
 - Desarrollo de los diferentes niveles de una organización.
 - Cultura organizacional.
 - El aprendizaje organizativo.
 - Cultura y técnicas gerenciales
 - El proceso del conocimiento en la organización.
 - Tipos de gestión de conocimiento en organizaciones.
 - Diferentes enfoques de la gestión del conocimiento.
 - Fases de la gestión del conocimiento en organizaciones (generación, codificación, transferencia del conocimiento).
 - Aplicaciones prácticas de la gestión del conocimiento en organizaciones.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Métricas del mundo digital**

Código: 17

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Identificar los números y datos relevantes para la industria y el negocio online que se dirige.
- Recolectar datos.
- Analizar datos.
- Usar los análisis de datos para recomendar acciones de negocio que optimicen los resultados de la empresa digital.

Contenidos mínimos:

- Situación actual de la industria.
 - Métricas básicas.
 - Los primeros reportes.
 - Preguntas frecuentes.
 - Herramientas:
 - Tráfico web; Redes sociales; Video; Ingresos. Del dato al insight. KPIS; Gráficas y presentaciones
 - Cultura de la data en la empresa.
 - Conclusiones y análisis de toma de decisiones.
 - Recursos para el área de métrica
 - Investigación de datos
 - Interacción con departamentos estratégicos
 - Presupuesto y costo de herramientas.
 - Planeación, dirección, operación y análisis :
 - Revisión de datos históricos
 - Interacción y flujo de los datos
 - Medición de resultados; siguientes pasos.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Modelos de negocios y estrategias digitales**

Código: 18

Área: Disciplinas básicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Plantear estrategias y modelos de negocio que exploten las posibilidades de la era digital para generar valor clientes y oportunidades de negocio.
- Conocer el comportamiento de los clientes a nivel digital y sus implicaciones para el modelo de negocio.
- Analizar nuevas plataformas de negocio que están replanteando la competitividad a escala global.
- Desarrollar Big Data.
- Utilizar Big Data como un activo estratégico a nivel empresarial.

Contenidos mínimos:

- Los cinco dominios de la transformación digital: marco holístico.
 - Redes de clientes y la nueva ruta de compra.
 - Entendiendo el comportamiento de los consumidores digitales.
 - Modelos de plataformas de negocios.
 - Coopetición (colaboración entre competidores), desintermediación y competidores asimétricos. Convirtiendo los datos en un activo estratégico del negocio.
 - Big Data en acción: Datos nuevos, herramientas nuevas y formularios de valor.
 - Innovación a través de la experimentación: Prueba AB y productos mínimamente viables.
 - Traducir la estrategia de Lean Startup en innovación a escala empresarial.
 - Propuesta de valor.
 - Modelos de negocio disruptivos.
 - Liderazgo y el imperativo de valor para el cliente.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Plan de marketing digital**

Código: 19

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Conocer las herramientas para la elaboración de un plan de marketing digital integrado a la estrategia del negocio.
- Elaborar un plan en el que pueda desarrollarse y documentarse una práctica de ejecución mediante el uso de herramientas de comunicación basadas en tecnología digital.

Contenidos mínimos:

- Análisis de metodologías para la creación y documentación de planes de marketing basados en el comercio electrónico.
 - Alternativas y metodologías de implementación disponibles para el desarrollo de operaciones comerciales
 - Modelos RACE; Modelo SOSTAC.
 - Marketing Inbound , outbound. marketing integrado online-offline.
 - Marketing mix digital.
 - Plan de Medios online.
 - Estudio de casos.
 - Análisis comparativos.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Taller de campañas de marketing digital y analíticas web**

Código: 20

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Conocer las herramientas para la elaboración de una campaña de marketing y comunicación digital.
- Elaborar un plan en el que pueda desarrollarse y documentarse una práctica de campaña para un producto o servicio digital.
- Identificar y reconocer diferentes mezclas de opciones de tácticas de comunicación digital interpretando las mismas como oportunidades para el desarrollo del negocio.
- Elaborar un plan de medición de objetivos del negocio /campañas de marketing digitales que pueda desarrollarse y documentarse una práctica de analítica digital.

Contenidos mínimos:

- La investigación de mercado consumidor online.
 - El proceso de ejecución de campañas.
 - Etapas – Búsqueda de herramientas tácticas –
 - Jerarquización las opciones según criterios de alcance, conversión, costos, efectividad en tiempo de implementación.
 - Definición de objetivos, presupuestos, compra de medios y ejecución.
 - Kpis y métricas bases para la medición de efectividad de campañas.
 - Diseño del Plan de medición de analítica digital.
 - Definición de objetivos, Kpis y métricas bases para la medición de efectividad de operación del negocio online.
 - Planificación de medición.
 - Práctica con modelos de medición y herramientas de simulación online.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Desarrollo organizacional**

Código: 21

Área: Disciplinas complementarias

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 80

Objetivos:

- Identificar el entorno altamente competitivo y globalizado, asumiendo una actitud innovadora y creativa.
- Diseñar instrumentos para evaluar el clima y cultura organizacional.
- Reconocer el cambio organizacional como estrategia fundamental para optimizar la gestión de las organizaciones.

Contenidos mínimos:

Los cambios en un mundo globalizado:

- Las tres fuerzas del cambio Futuro.
- Respuestas potenciales al cambio.
- La globalización y sus efectos en las organizaciones:
- Tipos de globalización.
- Ventajas y desventajas de la globalización.
- Historia del desarrollo organizacional (DO)
- Condiciones que dieron origen al DO.
- Conceptos de DO.
- Principios del DO. Valores de DO.
- Necesidad de cambio en las organizaciones.
- Planeamiento estratégico del DO.
- Cambio Planeado: Estrategias y pasos, limitaciones.
- Modelos de cambio organizacional.
- Pasos para la implantación del DO.
- La consultoría de proceso: Papel del consultor.
- Campos de ayuda para el DO.
- Cultura organizacional. Tipos de cultura organizacional. Funciones de la cultura. Cómo se forma la cultura. Técnicas para cambiar la cultura.



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

- Estrategia de intervención en el recurso humano. Áreas de aprendizaje para las personas. Barreras personales e intergrupales.
 - Técnicas para la dinámica de grupos.
-



Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado

Espacio curricular: **Proyecto Final**

Código: 22

Área: Disciplinas tecnológicas

Régimen: Cuatrimestral

Horas reloj totales: 60

Objetivos:

- Conocer las herramientas para la elaboración de un proyecto de comercio electrónico en diferentes ámbitos e industrias
- Elaborar un plan en el que pueda desarrollarse y documentarse la práctica profesional.
- Identificar y reconocer áreas problemáticas en distintos ámbitos de los negocios online interpretando las áreas problemáticas como oportunidades para el desarrollo.
- Integrar y aplicar los conocimientos adquiridos durante la formación.
- Determinar la relevancia de las medidas a desarrollar.
- Generar un registro de las actividades realizadas.

Contenidos mínimos:

- La investigación de mercado consumidor online.
 - Definición del Modelo de negocios online.
 - Formulación del proyecto y viabilidad económica.
 - Diseño del plan de desarrollo del sitio web.
 - Diseño del Plan de marketing digital.
 - Definición de objetivos, presupuestos, compra de medios y ejecución.
 - Kpis y métricas bases para la medición de efectividad de operación del negocio online.
-



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

8.- METODOLOGÍA E INSTANCIA DE EVALUACIÓN

Evaluación formativa: Los recursos y formatos son los siguientes, sin perjuicio de que el tutor pueda instrumentar otros:

- a. Tareas grupales e individuales obligatorias. En todos los casos, se trata de trabajos de elaboración que los estudiantes suben al campus, para que el tutor los evalúe y produzca sus comentarios.
- b. Parciales.
- c. Cuestionarios automatizados en el campus virtual. Estos cuestionarios, aunque arrojan un puntaje, son pocos y se consideran autoevaluaciones.
- d. Participación y aportes en los foros.

En todas las asignaturas, los estudiantes deberán aprobar un porcentaje obligatorio de estas actividades para aprobar el cursado y dar el examen final.

Todas estas instancias obligatorias tienen recuperatorios.

La evaluación sumativa es el examen final, que se rinde de acuerdo con las reglamentaciones de la UTN, a distancia, salvo la Práctica Supervisada.

El diseño de los exámenes deberá incluir en todos los casos producciones que sean elaboradas por los estudiantes en procesos de deducción, comparación, evaluación, etc.

9.- PRÁCTICA SUPERVISADA

La práctica supervisada, de una duración de 100 hs. reloj, se realizará en empresas de la zona y/o en las Regionales según disponibilidad y demandas de las mismas, “...o bien, en proyectos concretos desarrollados por la Institución” (Ord 1548/2016).

Dicha actividad será monitoreada por el docente-tutor a cargo articulando el contenido de la carrera y la futura práctica profesional. Asimismo, la finalidad es certificar el desarrollo de las habilidades profesionales y fomentar el ejercicio de las académicas. En este sentido se prevén prácticas vinculadas al futuro medio laboral y en un marco de acompañamiento pedagógico. Es por ello que en esta instancia el estudiante debe realizar un informe y una propuesta de mejoramiento en el sector que elija o se le designe. Luego este trabajo deberá ser expuesto a los docentes-tutores. El proyecto final deberá incluir además de la propuesta de mejoramiento para el área elegida, la documentación



*Ministerio de Educación
Universidad Tecnológica Nacional
Rectorado*

de herramientas utilizadas tanto materiales como conceptuales, además de la investigación de mercado, cotización de propuestas de promoción y publicidad a precios reales y la planificación de medios con herramientas online de acceso libre.

10.- SIED

Se brindarán los accesos y las credenciales necesarias para el monitoreo permanente y la evaluación de la calidad de la oferta por parte de Consejo de Educación a Distancia (CEA) del SIED UTN.
