



DIPLOMATURA EN
Branding y Logística
Internacional para
Emprendedores

**Estrategias para crear marcas globales y
operar con eficiencia en mercados
internacionales.**



Duración: 100 horas.

Días y horarios:

Del 08 de agosto al 19 de diciembre de 2025.

Viernes de 19.00 a 21.00 Hs.

Localización: Modalidad Virtual.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$270.000.- o 5 cuotas de: \$60.000.-

Socios Club La Nacion / Clarín 365:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$225.000.- o 5 cuotas de: \$50.000.-

Comunidad UAI:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$202.000.- o 5 cuotas de: \$45.000.-

Extranjeros no residentes en Argentina*:

Matrícula: USD 30.-

Contado: USD 270.- o 5 cuotas de USD 60.-

(*) Los aranceles de la actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Dirigido a:

Emprendedores que deseen proyectar sus marcas a mercados internacionales.

Profesionales del marketing, comercio exterior o logística que busquen especializarse en branding y distribución internacional.

Dueños y gestores de pymes interesados en exportar o mejorar su presencia global.

Estudiantes avanzados de carreras de marketing, negocios internacionales o administración.

Consultores, diseñadores y freelancers que asesoran marcas o empresas en expansión.

Beneficios:

- **Comprensión** integral del proceso de construcción y posicionamiento de marca en mercados globales.
- **Capacitación** en herramientas logísticas clave para la expansión internacional de productos.
- **Desarrollo** de una mentalidad emprendedora global, orientada a la innovación y sostenibilidad.
- **Acceso a metodologías** actuales de storytelling, e-commerce, customer journey y trade logistics.
- **Aplicación práctica** de los contenidos mediante un trabajo final integrador.

Objetivos generales:

- Formar a emprendedores y profesionales en el desarrollo de marcas con valor diferencial y coherencia internacional.
- Capacitar en procesos logísticos, regulatorios y estratégicos que habiliten la internacionalización eficiente de productos y servicios.

Objetivos específicos:

- Entender el rol del branding en la creación de valor para mercados globales.
- Conocer las herramientas del marketing digital y su uso en la internacionalización.
- Dominar los principios de la logística internacional y la gestión de la cadena de suministro.
- Identificar oportunidades de negocios y expansión global desde una perspectiva emprendedora.
- Aplicar conocimientos a un proyecto real o simulado de exportación con identidad de marca sólida.

Resultados de aprendizaje:

- Diseñar una propuesta de valor centrada en el cliente internacional
- Crear una identidad de marca coherente y competitiva.
- Elaborar una estrategia digital multicanal para posicionar un producto.
- Planificar los aspectos logísticos y operativos de una operación internacional.

Al finalizar la diplomatura, las y los participantes serán capaces de:

- Desarrollar o asesorar emprendimientos con proyección global.
- Implementar planes de branding estratégico orientados a mercados internacionales.
- Gestionar eficientemente procesos de importación y exportación.
- Integrar la logística y el marketing como herramientas para la expansión comercial.

Impacto en la carrera profesional:

Esta diplomatura brinda herramientas clave para que emprendedores y profesionales:

- Fortalezcan su perfil con conocimientos en marca global y logística internacional.
- Accedan a nuevas oportunidades de negocio y exportación.
- Aprendan a usar plataformas como Amazon, Alibaba o Etsy para vender al mundo.
- Desarrollen marcas sólidas, con identidad y valor diferencial en mercados globales.
- Manejen operaciones logísticas, aduaneras y tecnológicas (IoT, logística 4.0).
- Se inserten en redes de comercio internacional y potencien su competitividad global.

Enfoque general:

Esta diplomatura busca brindar a emprendedores y profesionales herramientas prácticas y conceptuales para desarrollar marcas sólidas, diferenciadas y con proyección internacional, al tiempo que incorporan conocimientos clave sobre logística global, distribución y comercialización eficiente. El programa combina el enfoque creativo del branding con la planificación estratégica y operativa de la logística internacional, contemplando el contexto actual de los negocios globales y digitales.

Contenidos:

Unidad 1: Introducción al Branding, al emprendedor y al comercio.

Ser emprendedor en el siglo XXI

Perfil del nuevo emprendedor: características, competencias y habilidades clave.
Emprendimiento, innovación y resiliencia ante contextos económicos adversos.
El ecosistema emprendedor: redes, incubadoras, financiamiento y alianzas.
Barreras y desafíos frecuentes para emprender con proyección internacional.

Fundamentos del branding

Identidad de marca vs. imagen de marca.
Posicionamiento estratégico: cómo destacarse en mercados saturados.
Valor de marca y fidelización: claves para generar comunidad.
El branding como activo intangible y motor de crecimiento global.

Introducción al comercio internacional para emprendedores

Conceptos clave de importación y exportación.
Acceso a mercados internacionales: requisitos, oportunidades y riesgos.
Globalización, digitalización y nuevos hábitos de consumo.
Herramientas de apoyo institucional: agencias de comercio exterior, cámaras, bancos de desarrollo.

Unidad 2: Construcción de marca para mercados globales

Branding estratégico para la internacionalización

Componentes del branding global: nombre, slogan, identidad visual y verbal.
Adaptación cultural de la marca: respeto, relevancia y autenticidad.
Gestión multicanal: coherencia entre canales on y offline.

Storytelling y comunicación intercultural

Storytelling como herramienta emocional y comercial.

Construcción del propósito de marca para mercados diversos.

Comunicación visual y verbal para públicos multiculturales.

Barreras idiomáticas, simbólicas y culturales: cómo sortearlas.

Propuesta de valor para mercados internacionales

Diseño de una propuesta de valor clara, única y adaptable.

Segmentación y targeting internacional: buyer persona global.

Mapeo del customer journey (viaje del cliente) en contextos regionales.

Casos de estudio

Marcas latinoamericanas que lograron reconocimiento internacional.

Análisis de campañas exitosas adaptadas a diferentes culturas.

Aprendizajes de fracasos en expansión internacional de marcas.

Unidad 3: Marketing digital y Posicionamiento Global

Plataformas digitales y posicionamiento global

Estrategias de presencia digital: sitio web multilingüe, SEO internacional.

Uso de redes sociales para internacionalización: Instagram, TikTok, LinkedIn.

Reputación online y feedback internacional.

E-commerce y marketplaces internacionales

Principales plataformas: Amazon, Etsy, Alibaba, Mercado Libre Internacional.

Gestión de catálogos, medios de pago, stock y entregas.

Estrategias de entrada progresiva a marketplaces globales.

Marketing de contenidos e inbound marketing

Contenido de valor para audiencias internacionales.

Blogs, videos, ebooks y webinars como herramientas de atracción.

Embudos de conversión multilingües y automatización.

SEO/SEM y publicidad digital

Optimización para buscadores (Google, Baidu, Bing).

Publicidad digital (Meta Ads, Google Ads) segmentada por región y cultura.

Métricas y KPIs clave en campañas de expansión digital.

Unidad 4: Logística y expansión internacional para emprendedores

Fundamentos de logística internacional

Cadena de suministro global: diseño, eslabones y eficiencia.

Almacenamiento, gestión de inventarios y picking internacional.

Estrategias de distribución: directa, indirecta y tercerizada.

Transporte y documentación internacional

Tipos de transporte: marítimo, aéreo, terrestre y multimodal.

Tiempos, costos, seguros y confiabilidad.

Documentación esencial: factura comercial, lista de empaque, certificados, conocimiento de embarque, guía aérea.

Incoterms y operaciones de comercio exterior

Incoterms 2020: definición de riesgos, obligaciones y costos.

Aplicaciones prácticas: FOB, CIF, DDP, EXW.

Coordinación aduanera y buenas prácticas de exportación.

Logística avanzada y herramientas para emprendedores

Uso de zonas francas, depósitos fiscales y almacenamiento internacional.

Logística 4.0: IoT, blockchain, automatización, Big Data.

Plataformas digitales logísticas para emprendedores (DHL Express, FedEx Trade, etc.).

Estrategias escalables de expansión global.

Modalidad:

100 % virtual – encuentros sincrónicos semanales .

Tutorías personalizadas con profesionales del sector.

Acceso a campus virtual con videos, materiales descargables y foros.

Actividades prácticas y desafíos semanales.

Proyecto final integrador (simulación de evento real).

Encuentros:

Tutorías personalizadas a convenir con los participantes.

Director:

Lic. Ariel Santangelo.

Lic. En publicidad (uniz) - Posgrado en sociología y economía (uba) - diplomatura académica en docencia universitaria - director ejecutivo enoc -gestión educativa - docente investigador universitario (uai - udemmm).