Modalidad **VIRTUAL**

Ciencia de la Comunicación UAI



2027

CURSO

Negocios Digitales, E-Commerce y Monetización

Diseñá, validá y escalá un negocio digital: del modelo de negocio al e-commerce y las fuentes de ingresos.

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.

+54 9 11 2660 3030 / +54 9 11 5594 9903

Duración: 12 horas.

Días y horarios:

Del 23 de octubre al 13 de noviembre de 2027.
Sábados de 09.00 a 12.00 Hs.

Aranceles:

Externos:
Matrícula: $85.000.-
Contado: $198.000.- o 2 cuotas de $110.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:
Matrícula: $85.000.-
Contado: $138.600.- o 2 cuotas de $77.000.-

Club La Nación/Clarin 365:**
Matrícula: $85.000.-
Contado: $158.400.- o 2 cuotas de $88.000.-

Extranjeros no residentes en Argentina*:**
Matrícula: USD 65.-
Contado USD 150.- o 2 cuotas de USD 83.-

(*) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.
(**) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.
(***) 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, comerciantes, profesionales independientes, creadores de contenido, responsables de marketing y comunicación, estudiantes y personas que quieren iniciar, validar o hacer crecer un negocio digital o una tienda online.

Requisitos de admisión:

- Tener conocimientos básicos de herramientas digitales (navegación web, redes sociales).
- Interés en el periodismo, la comunicación o la gestión de redes sociales.

Cronograma de encuentros:

Clase 1 – 23.10.2027: Modelos de negocio digital y casos de éxito.
Clase 2 – 30.10.2027: Diseño y validación de modelos, y e-commerce.
Clase 3 – 06.11.2027: Estrategias de monetización.
Clase 4 – 13.11.2027: Escalabilidad, tendencias y plan de negocio.

Total: 4 encuentros de 3 horas (12 Hs. reloj).
Todas las clases se dictan los sábados de 09:00 a 12:00 hs.

Beneficios:

El participante aprenderá a diseñar y validar un modelo de negocio digital, elegir una plataforma de venta online, diversificar sus ingresos y calcular costos y punto de equilibrio para planificar el crecimiento.

Objetivos:

Comprender los principales modelos de negocio digital a partir de casos de éxito. Diseñar una propuesta de valor y validar ideas con herramientas como Business Model Canvas, Lean Canvas, Design Thinking y MVP. Conocer plataformas de e-commerce y marketplaces, medios de pago y logística. Definir estrategias de monetización directa e indirecta y diversificar ingresos. Analizar costos, margen y punto de equilibrio. Elaborar un plan de negocio digital con criterios de escalabilidad.

Resultados de aprendizaje:

- Diferenciar los modelos de negocio digital y analizar casos de éxito de distintos sectores.
- Diseñar una propuesta de valor y validar una idea de negocio con Business Model Canvas, Lean Canvas y un MVP.
- Seleccionar plataformas de e-commerce y marketplaces, medios de pago y alternativas de logística según el negocio.
- Definir fuentes de ingresos directos e indirectos y diversificarlas para reducir riesgos.
- Calcular costos, margen y punto de equilibrio y armar un plan de negocio digital con criterios de escalabilidad.

Resultados esperados:

Al finalizar, los participantes comprenderán cómo se mide el desempeño del marketing digital y qué indicadores corresponden a cada objetivo del negocio.
Podrán configurar Google Analytics 4, armar tableros de resultados y analizar el comportamiento de los usuarios y el embudo de conversión.

Integrarán estos conocimientos en un plan de negocio digital, con costos, punto de equilibrio y estrategias de crecimiento.

Enfoque general:

El curso aborda el diseño, la validación y el crecimiento de negocios digitales. Recorre los modelos de negocio digital (e-commerce, suscripción, freemium, marketplace, publicidad, SaaS y basados en datos) a partir de casos de éxito, y la construcción de una propuesta de valor con herramientas como Business Model Canvas, Lean Canvas y Design Thinking. Incluye la validación de ideas con MVP, las plataformas de e-commerce y los marketplaces, los medios de pago y la logística, las estrategias de monetización directa e indirecta y la diversificación de ingresos. Cierra con escalabilidad, tendencias, IA y automatización, costos, margen y punto de equilibrio, y el armado de un plan de negocio digital.

Contenidos:

Clase 1 – 23.10.2027: Modelos de negocio digital y casos de éxito.
Qué es un modelo de negocio digital y por qué es relevante. Tipos: e-commerce, suscripción, freemium, marketplace, publicidad, SaaS y basados en datos. Análisis de casos de éxito en diversos sectores.

Clase 2 – 30.10.2027: Diseño y validación de modelos, y e-commerce.
Propuesta de valor atractiva. Herramientas: Business Model Canvas, Lean Canvas y Design Thinking. Validación de ideas con MVP y pruebas rápidas. Plataformas como Shopify, Tiendanube y WooCommerce, y marketplaces como Mercado Libre y Amazon. Medios de pago y logística.

Clase 3 – 06.11.2027: Estrategias de monetización.
Ingresos directos: venta de productos, servicios y contenido premium. Ingresos indirectos: afiliados, publicidad y colaboraciones. Monetización en YouTube, Patreon y Substack. Diversificación de ingresos para reducir riesgos.

Clase 4 – 13.11.2027: Escalabilidad, tendencias y plan de negocio.
Estrategias para escalar de manera sostenible. Expansión a nuevos mercados y productos. Reinversión en tecnología y marketing. IA y automatización en los modelos de negocio. Social commerce y comercio conversacional. Costos, margen y punto de equilibrio. Armado del plan de negocio digital y preparación del proyecto final.

Metodología:

En los 4 encuentros sincrónicos virtuales se combinarán exposiciones, demostraciones, análisis de casos y talleres prácticos. El curso culmina con el armado de un plan de negocio digital, con devolución docente.

Evaluación:

Presentación y evaluación del plan de negocio digital elaborado en el curso, con devolución del equipo docente.

Bibliografía:

Chaffey, D. y Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson.
Kotler, P., Kartajaya, H. y Setiawan, I. Marketing 4.0. Wiley (2016).
Scolari, C. Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan. Deusto (2013).
Ley 25.326 de Protección de los Datos Personales (República Argentina).
Documentación oficial de las herramientas utilizadas en el curso (SEMrush).
Apuntes, presentaciones y materiales de cátedra elaborados por el equipo docente para cada clase.

Director:

Lemos, José Abel. Mg. en Comunicación Digital (Universidad Internacional de Andalucía). Lic. en Periodismo (Universidad Nacional de Lomas de Zamora). Posgrado en CM (Universidad de Belgrano). Profesor universitario en la UAI: Diplomaturas en Gestión Profesional de Redes Sociales y Marketing Digital y en Comunicación Digital y Social Media; Guion y Narrativa de Videojuegos (Sede Rosario). Licenciado en Periodismo (UNLZ), Magíster en Comunicación Digital (UNIA, España) y doctorando en la UNLP. Dirige Buró de Comunicación Digital, consultora propia, y es Editor Responsable de elconstructor.com. Trayectoria periodística con inicios en radio y televisión en la Patagonia.