

FUNDAMENTOS ESENCIALES PARA LA DIRECCIÓN EMPRESARIA

SEGUNDA EDICIÓN

Curso para estudiantes, emprendedores y
directores de PyMes



PUNCH

Introducción y fundamentos

El presente curso está **diseñado para emprendedores y empresarios**, con la finalidad de presentarles una gran variedad de herramientas útiles para potenciar sus actividades, e introducirlos en su uso.

Entendemos que para una dirección empresarial exitosa se debe tener la capacidad de gestionar de manera integral, y adoptando un posicionamiento holístico. **Es por ello que decidimos incorporar múltiples campos de conocimiento al programa**, procurando, a la vez, que la propuesta les permita a quienes participen del curso vincular entre sí los contenidos abordados en cada una de las clases.

Más allá de la interdisciplinariedad del contenido curricular, **hay un eje que cruza transversalmente la totalidad de los contenidos: la importancia de la digitalización y el uso de las nuevas tecnologías**. Fenómeno que se ha evidenciado más fuertemente a partir de la emergencia sanitaria global generada por la aparición del Covid-19.



Destinatarios

- *Emprendedores.*
- *Comerciantes.*
- *Directivos y gerentes de empresas.*
- *Profesionales de marketing y publicidad.*
- *Estudiantes de, o personas interesadas en, negocios, marketing y gestión empresarial.*

En esta segunda edición **decidimos incorporar dos clases de carácter práctico, para que los alumnos puedan comenzar a aplicar lo aprendido a sus negocios y empresas** mientras aún continúan participando del curso, con el acompañamiento y asesoramiento de los docentes.

Hemos hecho hincapié en la formación de un cuerpo docente de excelencia. Las seis personas que estarán al frente del aula, cuentan con trayectoria académica y trabajan prestando servicios a empresas. Además, porque estamos convencidos de que saber de algo no es lo mismo que saber enseñarlo, conformamos un plantel con gran experiencia en el ámbito educativo.

Te invitamos a conocer nuestro programa, esperando que confíes en nosotros para ampliar y perfeccionar tus aptitudes comerciales y gerenciales.

Objetivos del curso

Objetivo general

Lograr que los alumnos incorporen conceptos fundamentales de diversos campos esenciales, necesarios para la dirección exitosa de una empresa, negocio o emprendimiento.

Objetivos específicos

Que, tras finalizar el curso, los alumnos logren:

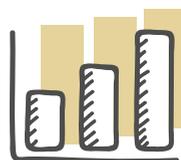
- Aprender cómo elaborar esquemas de planificación aplicables a distintas dimensiones del desarrollo empresarial.
- Dimensionar la importancia del universo digital para posicionar una marca y/u ofrecer productos y servicios.
- Descubrir todo lo que Google y las redes sociales ofrecen para potenciar una empresa, negocio o emprendimiento.
- Adquirir conocimientos para elaborar y ejecutar un plan de marketing.
- Conocer los pasos necesarios para construir y posicionar una marca.
- Saber cómo, y mediante qué elementos, se construye una imagen de marca.
- Aprender nociones que faciliten la toma de decisiones relativas a aspectos comerciales y financieros.
- Incorporar herramientas que, mediante criterios objetivos, permitan analizar el desarrollo de una empresa, negocio o emprendimiento.

Nuestra propuesta

Días y hora. Carga horaria

El curso **comenzará el miércoles 14 de abril** y nos encontraremos todos los miércoles, hasta la semana de finalización, en la cual tendremos la **última clase el día 16 de junio**.

Las clases se desarrollarán de 18 a 21hs, y **la carga horaria total será de 30 horas** a cursar de manera presencial.



Material complementario y certificado de asistencia.

Entregaremos material teórico digital como apoyo de muchos de los contenidos abordados.

Al cierre del curso, **otorgaremos certificados de asistencia** con la mención de los temas abordados, los docentes a cargo y las horas cursadas.

Temario

Clase 1, módulo I (14/04) **Planificación Empresarial**

- Planificación: concepto, su importancia.
- Planificación y estrategia para empresas. Conceptualizaciones, características, diferencias.
- Proceso de planificación. Fases: investigación y diagnóstico, formulación, ejecución y gestión y seguimiento, control y evaluación.
- Esquema de planificación: objetivos, programas, proyectos y actividades.
- Herramientas de análisis: diamante competitivo de Porter y la matriz FODA.

Clase 2, módulo II (21/04) **Finanzas, gestión por indicadores. Taller**

- Tablero de comando. Concepto (Balanced Scorecard)
- Mapa estratégico y mapa de indicadores. Fuentes de indicadores, encuestas. Ejemplos.
- Actividad práctica: presentación de consigna y comienzo de armado de Mapa Estratégico por parte de la clase.

Clase 3, módulo II (28/04) **Finanzas, aspectos comerciales**

- Taller: devolución y cierre de actividad. Feedback del docente en torno a lo presentado por cada alumno.
- Costos: fijos y variables. Amortizaciones y depreciaciones, bienes de uso. Impuestos: ingresos brutos y monotributo. Sueldos. Cargas sociales.
- Precios. Estrategias para su fijación.
- Margen, concepto. Punto de equilibrio. Margen bruto y neto. Proporciones y estructura de costos.

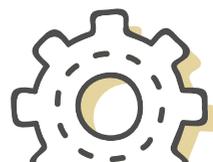
- Presupuestos, concepto. Información contable vs información de gestión. Etapas de la presupuestación. Inversiones y Financiamiento (alternativas bancarias y fintech)

Clase 4, módulo III (5/05) **Google, su amplitud y potencialidad**

- Introducción a Google: su potencialidad para posicionar una marca y/u ofrecer productos y servicios.
- Herramientas gratuitas dentro del ecosistema Google: Data Studio, Google Optimize, Mail Chimp, Google Mi Negocio, Search Console, Page Speed, Tag Assistant, entre otras.
- Google Analytics. Qué es y para qué sirve. Introducción a su uso: inicio de cuenta, configuraciones, conocimiento general, pasos estratégicos según objetivos, análisis de datos.

Clase 5, módulo III (12/05) **Google, posicionamiento SEO y SEM**

- Google Orgánico (SEO). Qué es y para qué sirve. Introducción a su utilización: gestión interna organizativa, conocimiento general, ventajas y desventajas, diferentes configuraciones, usos estratégicos según objetivos.
- Google Ads (SEM). Qué es y para qué sirve. Introducción a su uso: inicio de cuenta, estructura general, organización interna, ventajas y desventajas, pasos estratégicos según objetivos, CTR, CPC, inversión y ranking. Remarketing.





Clase 6, módulo IV (19/05) **Marketing estratégico**

- Introducción al marketing estratégico (FM).
- Modelo Brand Key.
- Público: usuario, persona.
- Value proposition canvas.

Clase 7, módulo IV (26/05) **Marketing aplicado, taller**

- Brand Key aplicado a mi negocio. Elaboración y feedback con la docente.
- Mapa de empatía: exploración de la herramienta y elaboración del mapa de empatía de mi cliente.

Clase 8, módulo V (2/06) **Diseño, identidad e imagen de una marca**

- Diseño y marketing: introducción.
- Identidad de marca: concepto y componentes. Ejemplos.
- Imagen de marca, concepto. Ejemplos.
- Diferenciación entre identidad e imagen de marca.
- Branding: naming, posicionamiento, atributos, identidad. Construcción de imagen ante el público.
- Presencia digital. Coherencia en diferentes canales: redes sociales, sitios web, productos digitales, etc. Estrategias básicas de comunicación efectiva.

Clase 9, módulo V (9/06) **Estrategia digital**

- Estrategias digitales. Distintos tipos y requerimientos para aplicarlas. Su valor.
- Formación de equipos para la implementación de distintas estrategias.
- Mindset y gestión de proyectos digitales.

Clase 9, módulo VI (9/06) **Fotografía publicitaria**

- Introducción a la conceptualización y el lenguaje visual.
- Brief.
- El universo de una marca.
- Fotografía de producto y fotografía de experiencia.
- Estilo de vida.

Clase 10 módulo VII (16/06) **Redes sociales, Facebook e Instagram**

- Redes Sociales y Web 2.0. Redes Sociales como herramienta de marketing relacional.
- Fases de manejo de redes: planificar, implementar, analizar y optimizar.
- Uso estratégico de Facebook e Instagram.
- Publicaciones: consideración del público, generación de contenidos de valor y calidad.
- Administrador de anuncios y cuentas publicitarias. Promociones en Facebook e Instagram: introducción a su uso y posibilidades.

Cuerpo docente

■ **Mariano Fusé**

Licenciado en Comunicación Social especializado en Planificación. Abogado.

Con 5 años de experiencia de docencia en la UNLP, y 6 años trabajando de lleno en el campo de la comunicación.

Fundador y director de PUNCH, agencia que presta una amplia variedad de servicios de comunicación y marketing. Sectores en los que trabajó: movilidad eléctrica, gastronomía, educación, vinos, cervecero artesanal, pinturas, entre otros.

■ **Benjamín Asprella**

Magister en Dirección de Empresas, UCEMA – EBS Frankfurt. Con estudios de posgrado en Tablero de Comando, IAE, Universidad Austral.

Con 10 años de experiencia como docente en la Facultad de Cs. Económicas, UNLP, obtuvo el premio de Joven Empresario Platense otorgado por la Federación Empresaria de La Plata en 2018.

Gerente en Baukraft Tecnologías para la Construcción desde 2015, y consultor de negocios PyMe.

■ **Joaquín Muñoz**

Técnico en Turismo y Licenciado en Gestión Educativa.

Cuenta con 10 años de experiencia profesional en el sector turístico, ofreciendo capacitaciones y servicios a empresas.

Ejerce la docencia universitaria, UNLP y UCALP, desde el año 2016, en carreras de

turismo y cursos de marketing.

Fundador y director de Rubikit, agencia de comunicación especializada en marketing digital.

■ **Camila Tomás**

Magister en Investigación para el Diseño y la Innovación, ELISAVA, Barcelona, España.

Docente en la Facultad de Cs. Económicas, UNLP.

Actualmente, trabaja como consultora especializada en tendencias e investigación de mercado en Estudio SACCONI. Industrias y rubros para los cuales trabajó: tecnología, inmobiliarias, retail, entretenimiento, gastronomía, bancos y educación, entre otros.

■ **Marcos Antonini**

Diseñador de Productos Digitales y Consultor en Marketing Digital.

Lleva 18 años ligado al diseño digital y a las nuevas tecnologías.

Trabaja desde hace 10 años brindando tanto servicios de diseño, desarrollo web y marketing, como formando a profesionales y empresas en estas mismas áreas.

Fundador y director de Wemabra, consultora en marketing y diseño estratégico para PYMEs. Sectores en los que trabajó: educación, construcción, medicina, finanzas, retail, tecnología y medios, entre otros.

■ **Tute Luberto**

Cuenta con 15 años de estudios y experiencia en el campo de la imagen. Formado en Comunicación Visual, Dirección de Arte

Publicitaria y Fotografía.

Fotógrafo y creativo publicitario. Docente de fotografía y publicidad en NOVA, escuela de fotografía de la ciudad de La Plata.

Trabaja de manera freelance como desarrollador de contenidos para marcas e influencers.

Aranceles y descuentos

Valor

El costo total del curso es de **\$16.500**, a abonarse del siguiente modo:

- Matrícula: \$3.000
- Primera cuota: \$4.500
- Segunda cuota: \$4.500
- Tercera cuota: \$4.500

Descuentos

- Anotándote hasta el 31/03, 10% de bonificación por inscripción temprana.
- Inscribiéndote con un compañero, 5% de bonificación a cada uno.
- Inscribiéndote con 2 compañeros o más, 10% de bonificación a cada uno.
- Alumnos o graduados de la UNLP, 5% de bonificación (único descuento acumulable con los previos).
- Se puede optar por no tomar hasta dos módulos del programa, y obtener los siguientes descuentos, dependiendo de los módulos descartados:



Módulos I o VII, descuento de \$1.000.

Módulos II, III o IV, descuento de \$2.000.

Módulo V, descuento de \$1.500.

Módulo VI, descuento de \$500.

- Los descuentos se aplican prorrateados entre las tres cuotas, manteniendo el abono de la matrícula en \$3000.

Requisitos de inscripción

Si te interesa anotarte, envíanos por mail a punch@punch.com.ar o vía WhatsApp al 221 597 4343, lo siguiente:

- Formulario de inscripción con tus datos (solicitarlo previamente por los medios detallados).
- Foto de DNI.
- Comprobante de pago de matrícula.

