



UNJu
Universidad
Nacional de Jujuy

UNIVERSIDAD NACIONAL DE JUJUY
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS
Alberdi 47 – CP 4600 – S.S. de Jujuy
Tel. (0388) 4221557
WEB: www.fca.unju.edu.ar

RESOLUCIÓN CAFCA N° 306/2025.

SAN SALVADOR DE JUJUY, 10 de Junio de 2025.

VISTO, el Expediente F.200-3219/2025, mediante el cual la Ing. Agr. Magda CHOQUE VILCA propone el dictado de la DIPLOMATURA EN MARKETING DIGITAL PARA MICRO EMPRENDEDORES RURALES DE QUEBRADA Y PUNA; y

CONSIDERANDO:

Que el objetivo principal de dicha diplomatura es fortalecer la valorización y comercialización de productos de Quebrada y Puna, mediante las redes sociales.

Los participantes (micro emprendedores, pequeños productores, artesanos), adquirirán conocimiento sobre nociones básicas y conceptos en torno al marketing digital, a través de aportes teóricos y prácticos, podrán explorar distintas capacidades para la utilización óptima de las redes sociales y complementar el tramo de la cadena productiva; desde la obtención de la materia prima en su lugar de origen, hasta la identidad y la declaración de los productos terminados.

Que la Diplomatura tendrá una carga horaria de DOSCIENTAS CUARENTA (240) horas, distribuidas en SEIS (6) meses, bajo la modalidad Semipresencial, con un cupo mínimo de VEINTE (20) y máximo de TREINTA (30) participantes, un Arancel de Inscripción de PESOS QUINCE MIL (\$ 15.000,00) y un Arancel por Módulo de PESOS VEINTE MIL (\$ 20.000,00).

Que la Comisión de Docencia e Investigación ha emitido dictamen favorable.

Que el tema ha sido tratado y aprobado en Sesión Ordinaria N° 08/2025, de fecha 10 de Junio de 2025, con el voto favorable de los DIECIOCHO (18) Consejeros presentes.

Por ello,

EL H. CONSEJO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

RESUELVE

ARTÍCULO 1°: Aprobar el dictado de la "DIPLOMATURA EN MARKETING DIGITAL PARA MICRO EMPRENDEDORES RURALES DE QUEBRADA Y PUNA", propuesta por la Ing. Agr. Magda Alejandra CHOQUE VILCA, que como Anexo Único forma parte integrante de la presente resolución, en el marco de la Resolución C.S. N° 151/2024, Reglamento de Diplomaturas de la Universidad Nacional de Jujuy.

ARTÍCULO 3°: Regístrese. Comuníquese a Secretaría de Extensión y Difusión y a la Ing. Choque Vilca. Cumplido, ARCHÍVESE, gmz.

Mg. SUSANA E. ALVAREZ
SECRETARÍA ACADÉMICA
Facultad de Ciencias Agrarias
Universidad Nacional de Jujuy

Dra. Ing. Magda Alejandra Choque Vilca
DECANA
Facultad de Ciencias Agrarias
Universidad Nacional de Jujuy

“Diplomatura en Marketing Digital para micro emprendedores rurales

De Quebrada y Puna “

AÑO 2025

-Coordinadora: Ing. CHOQUE VILCA, Magda.

- Docentes: Ing. BRAVO SIFONTE, Carolina Adelaida

Lic. CISNEROS, Andrés

Ing. VILLAFANE, Cristian Matías

Prof. PAREDES, Irma Clara

-Apoyo Administrativo y técnica: Natalia Cecilia Vilte y Mayela Magdalena Lamas

-Modalidad: Semipresencial

- Carga horaria: 360 horas cátedras

-Duración: 6 meses

- Sede de dictado: Universidad Nacional de Jujuy-Sede Quebrada y Puna- Extensión académica Tilcara

-Año: 2025

-Unidad Académica Responsable: Secretaria Extensión y Difusión de la Facultad de Ciencias Agrarias- UNJu.

-Objetivos de la diplomatura:

1- Fortalecer las capacidades de comercialización de los microemprendedores rurales mediante el uso estratégico del marketing digital y las redes sociales, promoviendo el posicionamiento de sus productos y servicios en entornos digitales, así como el reconocimiento de la región como proveedora de bienes locales con identidad territorial.



2- Brindar herramientas digitales prácticas y accesibles para el diseño de estrategias de marketing y ventas, que incluyan la formulación de un plan de marketing adaptado al contexto de cada emprendimiento, el uso de plataformas de cobro digital y la mejora de los canales de comercialización.

3- Desarrollar competencias básicas en gestión financiera y planificación económica, que permitan a los emprendedores calcular precios, realizar proyecciones, organizar sus ingresos y gastos, y tomar decisiones informadas para la sostenibilidad de sus proyectos productivos.

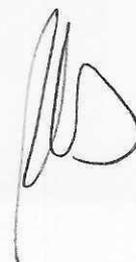
4- Dotar a los emprendedores de conocimientos y recursos en materia de seguridad informática, para identificar amenazas frecuentes en el entorno digital y aplicar medidas de protección de datos personales, información de clientes y operaciones de comercio electrónico

-Formación:

La Diplomatura en Marketing Digital para microemprendedores rurales de Quebrada y Puna tiene como propósito dotar a los cursantes de un conjunto articulado de saberes, prácticas y competencias que fortalezcan su capacidad de inserción, posicionamiento y comercialización en entornos digitales.

A lo largo del trayecto formativo, los participantes desarrollarán:

- Saberes fundamentales sobre marketing digital, economía popular, redes sociales, comunicación con identidad territorial y estrategias de comercialización, reconociendo la importancia del entorno sociocultural y productivo propio de las regiones de Quebrada y Puna.
- Capacidades analíticas y estratégicas para diseñar planes de marketing adaptados al contexto de los microemprendimientos rurales y locales, integrando conocimientos sobre segmentación de públicos, formulación de propuestas de valor y planificación de campañas digitales, así como la organización de espacios de venta como ferias itinerantes o tiendas virtuales.



- Destrezas técnicas en el manejo de herramientas digitales aplicadas a la promoción y venta, incluyendo el uso de redes sociales como canales comerciales, la implementación de plataformas de cobro electrónico, y la producción de contenido visual y narrativo que potencie el atractivo de productos con valor cultural y territorial.
- Habilidades de gestión económica y financiera, tales como la determinación de costos y precios, el registro de ingresos y egresos, la proyección económica y la planificación financiera básica orientada a la sostenibilidad del emprendimiento.
- Competencias en ciberseguridad, que permitan identificar amenazas frecuentes en el entorno digital y adoptar medidas preventivas para la protección de datos personales, la información de los clientes y las operaciones de comercio electrónico.

Además, los cursantes podrán reconocer los desafíos que enfrentan durante los procesos productivos y desarrollar respuestas innovadoras que articulen identidad, sustentabilidad y tecnología. Estas capacidades fortalecerán no solo la economía de los emprendimientos individuales, sino también el posicionamiento colectivo de las regiones de Quebrada y Puna como territorios proveedores de bienes y servicios con identidad cultural, contribuyendo así a su desarrollo económico y social.

-Fundamentación de la propuesta

La Diplomatura en Marketing Digital para micro emprendedores rurales de Quebrada y Puna se inscribe en un contexto regional que evidencia una creciente necesidad de innovación en los modelos tradicionales de comercialización. La realidad económica y productiva de las comunidades de la Quebrada de Humahuaca y la Puna jujeña se caracteriza por una fuerte presencia de emprendimientos individuales y familiares ligados a la producción artesanal, agropecuaria y de servicios turísticos. No obstante, estos actores rurales locales enfrentan múltiples desafíos: escasa visibilidad en los mercados digitales, limitada capacidad para generar estrategias de venta sostenibles y falta de acceso a herramientas tecnológicas que potencien el alcance de sus productos y servicios.

Esta propuesta académica surge como una respuesta concreta a esas necesidades. La Universidad Nacional de Jujuy, a través de la Secretaría de Extensión y Difusión de la

Facultad de Ciencias Agrarias y su Sede Quebrada y Puna, asume el compromiso institucional de acompañar los procesos de desarrollo territorial con formación pertinente, situada y transformadora. La diplomatura se propone no solo como una instancia de capacitación técnica, sino también como un dispositivo de fortalecimiento de la economía popular, promoviendo una perspectiva de desarrollo con identidad cultural, inclusión digital y sostenibilidad económica.

Desde un enfoque pedagógico integral, esta formación articula dimensiones teóricas y prácticas, combinando saberes académicos con conocimientos situados y experiencias del territorio. A través de una modalidad semipresencial, se busca garantizar el acceso a una propuesta formativa flexible y accesible, que reconozca las condiciones materiales de los cursantes y facilite el aprendizaje autónomo y colaborativo. La propuesta parte de una concepción de la educación como derecho social y como herramienta estratégica para la transformación de las condiciones de vida de los sujetos, promoviendo un proceso formativo dialógico, horizontal y contextualizado.

En términos epistemológicos, la diplomatura se fundamenta en un enfoque interdisciplinario que integra aportes del marketing digital, la economía social y solidaria, la comunicación comunitaria y la gestión de emprendimientos. Esta convergencia permite abordar la realidad de los micro emprendedores desde una perspectiva holística, reconociendo no solo las dimensiones técnicas del marketing, sino también las prácticas culturales, simbólicas y económicas que configuran los modos de producir, intercambiar y consumir en estas regiones.

Asimismo, se parte de un enfoque sociológico y cultural que reconoce a la Quebrada y la Puna como territorios con una riqueza patrimonial invaluable, donde conviven saberes ancestrales, prácticas comunitarias y expresiones identitarias que merecen ser valorizadas y visibilizadas. En este sentido, la diplomatura apunta a fortalecer la comunicación de los productos con “marca territorial”, entendida como un proceso que otorga sentido, pertenencia y diferenciación a lo que se ofrece, generando valor agregado desde lo simbólico, lo estético y lo cultural.

En un mundo digitalizado donde más del 75% de los usuarios utiliza redes sociales para buscar productos y servicios, es imprescindible que los emprendedores de la región adquieran competencias que les permitan insertarse de manera competitiva en estos

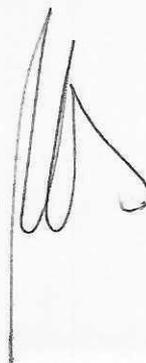
entornos. Plataformas como Facebook, Instagram y WhatsApp Business se han convertido en canales estratégicos para visibilizar propuestas, fidelizar clientes y diversificar mercados. La diplomatura, en este sentido, no solo ofrece herramientas concretas para el uso de estos medios, sino que también fomenta el pensamiento estratégico, la creatividad y la innovación como claves para el crecimiento sostenible de los emprendimientos.

En conclusión, la Diplomatura en Marketing Digital para Micro emprendedores rurales de Quebrada y Puna constituye una respuesta académica pertinente, arraigada en el territorio y alineada con las demandas sociales, culturales y económicas de la región. Aporta a la construcción de una ciudadanía digital activa y comprometida, y promueve la autonomía, la inclusión y el fortalecimiento del tejido productivo local, contribuyendo al desarrollo integral y equitativo de las comunidades jujeñas.

-Contenido del Programa de Estudio

El presente programa se estructura en forma de trayecto formativo compuesto por nueve módulos temáticos. Cada módulo contempla, docente a cargo, objetivos de aprendizaje específicos, contenidos mínimos, estrategias de enseñanza acordes a la modalidad (presencial, semipresencial y virtual), modalidades, carga horaria y evaluación que permite alcanzar una formación progresiva e integral.

La propuesta formativa tendrá una duración total de **360 horas cátedra (240 horas reloj)**, distribuidas en un período de 6 meses. La carga horaria se cumplirá mediante una combinación de instancias sincrónicas (presenciales y virtuales en tiempo real) y asincrónicas (actividades, lecturas, foros y producciones autónomas en plataforma). Cada módulo tendrá una carga total de **36 horas reloj (54 horas cátedra)**, distribuidas en **12 horas sincrónicas y 14 horas asincrónicas**, lo cual garantiza el cumplimiento del total de horas previstas.



Módulo	Docente a cargo	Objetivos de aprendizaje	Contenidos mínimos	Estrategias de enseñanza	Modalidad	Duración en horas reloj	Evaluación
1. Las redes sociales y su uso	Ing. Carolina Bravo Sinfontes	<ul style="list-style-type: none"> Comprender el origen, evolución y características de las redes sociales. Reconocer tipos y aplicaciones. Reflexionar sobre ventajas y desventajas. 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Qué son las redes sociales? Historia y función. Características. Tipos: horizontales y verticales. Ventajas y desventajas. 	<ul style="list-style-type: none"> Clases teóricas Talleres grupales Debates guiados Análisis de casos 	Semi presencial	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con prácticas y análisis reflexivo
2. Importancia de la comunicación en redes	Ing. Carolina Bravo Sinfontes	<ul style="list-style-type: none"> Analizar aspectos de comunicación en redes. Valorar el 	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación en redes sociales. El poder de 	<ul style="list-style-type: none"> Clases teóricas Dinámicas participativa 	Semi presencial	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con producción y análisis

Módulo	Docente a cargo	Objetivos de aprendizaje	Contenidos mínimos	Estrategias de enseñanza	Modalidad	Duración en horas reloj	Evaluación
sociales		poder de atracción digital.	atracción.	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de casos Talleres de producción 			
3. Comercialización en redes sociales	Ing. Carolina Bravo Sinfontes	<ul style="list-style-type: none"> Identificar herramientas digitales de comercialización. Diseñar contenido con enfoque emprendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> Comercialización en redes. Creación de contenido atractivo. Estrategias de venta para emprendedores. 	<ul style="list-style-type: none"> Talleres prácticos Simulación de publicaciones Trabajos colaborativos 	Semi presencial	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con ejercicios prácticos
4. Práctica – venta de artesanías	Ing. Carolina Bravo Sinfontes	<ul style="list-style-type: none"> Aplicar comercialización a 	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias de venta online. 	<ul style="list-style-type: none"> Talleres prácticos Trabajo de 	Semi presencial	36 hs (12 sincrónicas + 14	Evaluación integral basada en práctica real o simulada

Módulo	Docente a cargo	Objetivos de aprendizaje	Contenidos mínimos	Estrategias de enseñanza	Modalidad	Duración en horas reloj	Evaluación
en redes		<ul style="list-style-type: none"> • productos propios. • Implementar estrategias en venta exitosa. Instagram y Facebook. 	<ul style="list-style-type: none"> • Claves para una venta exitosa. • Cómo vender como artesano o microemprendedor. 	<ul style="list-style-type: none"> campo • Tutorías 		asincrónicas)	
5. Análisis del entorno	Lic. Andrés Cisneros	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar entorno interno y externo del emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Matriz FODA. • Análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. • Casos prácticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Clases virtuales interactivas • Resolución de casos • Actividades grupales 	Virtual	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con estudio de caso

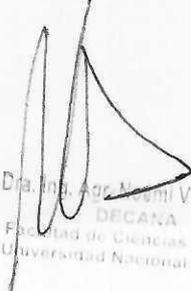
Módulo	Docente a cargo	Objetivos de aprendizaje	Contenidos mínimos	Estrategias de enseñanza	Modalidad	Duración en horas reloj	Evaluación
6. Análisis del entorno II	Lic. Andrés Cisneros	<ul style="list-style-type: none"> Comprender el modelo del diamante estratégico. 	<ul style="list-style-type: none"> Diamante estratégico. Factores, demanda, industrias relacionadas, gobierno. Casos prácticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Clases virtuales Análisis comparativo Discusión en foros 	Virtual	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con resolución de caso
7. Estrategias de Marketing Mix Genéricas	Lic. Andrés Cisneros	<ul style="list-style-type: none"> Identificar y aplicar estrategias del marketing mix. 	<ul style="list-style-type: none"> Precio, producto, promoción y plaza. Análisis de competencia, cliente, costos. Segmentación 	<ul style="list-style-type: none"> Clases virtuales Estudio de mercado Ejercicios prácticos 	Virtual	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con desarrollo de plan de marketing

Módulo	Docente a cargo	Objetivos de aprendizaje	Contenidos mínimos	Estrategias de enseñanza	Modalidad	Duración en horas reloj	Evaluación
8. Plataformas para el cobro virtual	Lic. Andrés Cisneros	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer y usar plataformas de cobro digital. • Calcular precios y analizar flujo de caja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medios de cobro: home banking, billeteras. • Plataformas: Mercado Pago, PPay, Brubank. • Cálculo de precio y flujo de caja. 	<ul style="list-style-type: none"> • Clases virtuales • Talleres de simulación financiera • Actividades prácticas 	Virtual	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con simulación de cobro y cálculo
9. Seguridad Informática	Ing. Cristian Villafañe	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar buenas prácticas de seguridad digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad informática básica. • Protección personal y de 	<ul style="list-style-type: none"> • Clases virtuales • Demostraciones prácticas 	Virtual	36 hs (12 sincrónicas + 14 asincrónicas)	Evaluación integral con checklist y propuesta de mejora

Módulo	Docente a cargo	Objetivos de aprendizaje	Contenidos mínimos	Estrategias de enseñanza	Modalidad	Duración en horas reloj	Evaluación
			<ul style="list-style-type: none"> plataformas. Gestión segura de medios de pago. Checklist de seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de vulnerabilidades 			
10. Trabajo Final Integrador	Prof. Irma Clara Paredes	<ul style="list-style-type: none"> Integrar los contenidos de todos los módulos. Elaborar un trabajo final que aplique los aprendizajes al emprendimien 	<ul style="list-style-type: none"> Propuesta de comercialización Análisis del entorno Marketing Plan digital 	<ul style="list-style-type: none"> Tutorías Presentación oral Trabajo autónomo 	Semipresencial	36 hs cátedra (12 sincrónicas + 15 asincrónicas)	Evaluación con presentación del trabajo final

Módulo	Docente a cargo	Objetivos de aprendizaje	Contenidos mínimos	Estrategias de enseñanza	Modalidad	Duración en horas reloj	Evaluación
		to propio.					


 SUSANA B. ALVAREZ
 SECRETARIA ACADÉMICA
 Facultad de Ciencias Agrarias
 Universidad Nacional de Jujuy


 Dra. Ing. Agr. Noemil V. Bejarano
 DECANA
 Facultad de Ciencias Agrarias
 Universidad Nacional de Jujuy

- **Antecedentes académicos y profesionales del plantel docente:** El plantel docente, estará compuesto por un equipo interdisciplinario con experiencia en los diferentes temas abordados en la diplomatura. Cada uno de ellos cumplirá una función específica dentro del equipo, garantizando una impartición efectiva y enriquecedora de los contenidos de acuerdo a su formación. (Ver en CV incorporado en Anexos)

- **Requisitos de Admisión:**

La Diplomatura está destinada a personas residentes en la Quebrada y la Puna jujeña que desarrollen actividades productivas relacionadas con la agricultura, la ganadería, la artesanía o el turismo. Podrán postularse micro emprendedores rurales, productores/as, artesanos/as y trabajadores/as del sector turístico que acrediten domicilio en la región y vinculación con alguna de estas áreas.

No se exige formación previa en tecnologías digitales. Se priorizará a quienes demuestren interés en la temática y compromiso para completar el trayecto formativo, que combina modalidades presencial, semipresencial y virtual, con instancias sincrónicas y asincrónicas.

-**Cupo:** Mínimo 20 alumnos, máximo 30 alumnos.

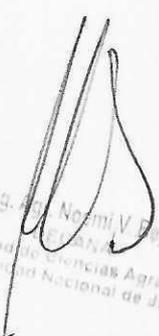
-**Fuente de Financiamiento:**

Recursos proporcionados por la Secretaria de Extensión de la UNJu, con cobro de aranceles a los alumnos para cubrir gastos:

-Monto de inscripción: \$ 15.000

-Monto mensual: \$ 20.000


Mg. SUSANA E. ALVAREZ
SECRETARIA ACADEMICA
Facultad de Ciencias Agrarias
Universidad Nacional de Jujuy


Dra. Ing. Ar. Noemi V. Dejarano
Facultad de Ciencias Agrarias
Universidad Nacional de Jujuy