

Bases y Condiciones

Becas Santander Habilidades | Dirección Estratégica de Marketing – UTDT

La Universidad Torcuato Di Tella (en adelante, la “Universidad” o el “Organizador”) con el apoyo económico de Banco Santander Río, S.A. (en adelante, el “Banco” y junto con la Universidad, las “Partes”), ha desarrollado el **Programa de Becas Santander Habilidades | Dirección Estratégica de Marketing – UTDT**, que facilitará y promoverá que estudiantes y profesionales nacionales y/o residentes de Argentina puedan profundizar en todos los aspectos que supone hacer Marketing de manera estratégica teniendo en cuenta las nuevas tendencias, metodologías y técnicas a la altura de lo que el mercado actual necesita.

I. Objetivos

En virtud del programa Becas Santander Habilidades | Dirección Estratégica de Marketing – UTDT, a designar (en lo sucesivo “el Programa”) se facilitará y promoverá que estudiantes y jóvenes profesionales residentes en Argentina cursen un programa formativo con modalidad blend sobre Dirección Estratégica de Marketing y habilidades blandas complementarias.

El principal objetivo del Programa es que los participantes puedan profundizar y actualizar, en función del desarrollo del nuevo mundo digital, el conocimiento y la aplicación de las herramientas fundamentales del Marketing Estratégico.

II. Destinatarios

Podrán ser beneficiarios de este Programa personas mayores de 21 años, residentes en Argentina, que hayan finalizado sus estudios secundarios y que actualmente se desempeñen en una empresa, área u organización relacionada con el área temática del programa. En caso de considerarse necesario, se podrá solicitar documentación para certificar dicha experiencia. Además, deberán satisfacer los criterios de selección previstos.

La obtención de la beca al Programa no será acumulable con la de otro tipo de ayudas de carácter asistencial de naturaleza distinta a la del objeto de este Programa, cualquiera que sea su origen público o privado, a las que pueda acceder el estudiante.

La beca Santander cubre el 100% del costo del programa.

III. Características del Programa y sus plazas disponibles

El marketing estratégico actual exige a las organizaciones, tanto grandes como pequeñas, adquirir más sensibilidad y velocidad en la identificación de necesidades y en la implementación de soluciones. El marketing en la era digital nos propone nuevas metodologías de trabajo, enfoques y miradas que permitan reaccionar rápido ante los cambios del mercado aprovechando al máximo las posibilidades del espacio digital para hacer un marketing cada vez más personal.

Este programa se propone conjugar los más modernos contenidos teóricos-conceptuales del pensamiento y la ejecución del marketing con metodologías y técnicas que nos permitirán

ablandar la mirada, crear valor y redescubrir al consumidor. Está orientado para que cada participante pueda experimentar y apropiarse de herramientas y experiencias que le permitirán desarrollar un marketing sostenible y orientado en sus clientes. La creación de valor actual depende de nuestra sensibilidad para mirar al mercado y desarrollar soluciones a la medida de las problemáticas, preocupaciones, necesidades y deseos de los y las clientes.

El Programa consistirá en la concesión de siete (7) becas para la realización del Programa denominado Programa de Becas Santander Habilidades | Dirección Estratégica de Marketing (en adelante “el Curso”). Tendrá una duración de 10 semanas con una estructura 60% online y 40% presencial, con workshops un permitirán un acceso lúdico y en equipo a las metodologías y herramientas facilitadas. Se trata de un programa diseñado por el área de Programas Abiertos de Educación Ejecutiva de UTDT.

El Programa contempla el siguiente plan de Estudios:

MÓDULO 1 - LA ESTRATEGIA: Entorno y estrategia de negocios

- ¿Qué es el marketing estratégico? ¿Cómo modificó la era digital el pensamiento del marketing estratégico? El cambio de paradigma, del viejo mundo al nuevo. Digital mindset, introducción a lo digital desde la mirada del marketing
- Estrategia de empresa y estrategia de marketing. Definición de objetivos.
- Las 3 tareas de marketing básicas y su vinculación con los espacios de gestión del marketing

MÓDULO 2 - LAS AUDIENCIAS: Segmentación y selección de audiencias

- Estrategia de empresa y estrategia de marketing. Definición de objetivos.
- Las 3 tareas de marketing básicas y su vinculación con los espacios de gestión del marketing
- Introducción a una mirada etnográfica. Ejercicios de definición de audiencias con las metodologías de persona methodology y empathy map.
- Workshop presencial 1: Construcción de audiencias

MÓDULO 3 - LA PROPUESTA DE VALOR: Del producto a la propuesta de valor y la experiencia del cliente

- ¿Cómo se construye el valor hoy? Diseño de la propuesta de valor. Matriz de priorización.
- La experiencia del cliente. Concepto de experiencia. Comprensión del ciclo de experiencia.
- Workshop presencial 2: Construcción del valor
- Workshop presencial 3: Diseño de la experiencia

MÓDULO 4 - LA MARCA: Valor estratégico de la marca y construcción de marcas

- ¿Qué es la marca? ¿Cuál es el valor estratégico de la marca? ¿Qué elementos son constitutivos de la marca? ¿Cómo se estructura una estrategia de marca? Auditoría de marca.
- ¿Cómo se define el nombre de una marca? Importancia del nombre y metodologías para definir nombres de marcas. Creación y desarrollo de una marca. ¿Cómo se estructura un manual de marca? Diferencias entre Manual de Marca (Brandbook) y Manual de Estilos. El Brand Voice Book y el Brand Playbook. El brief de marca.
- Workshop presencial 4: Construcción de marcas

MÓDULO 5 - EL ESPACIO DIGITAL: Definición del ecosistema digital

- Los espacios sociales y sus estrategias fundamentales. El desarrollo de activos digitales. Estructuración del Ecommerce.
- Performance marketing. SEO. SEM. Social Ads. Programática. Vínculo con el eCommerce

MÓDULO 6 - EL CONTENIDO: Los territorios de la comunicación, el storytelling y las nuevas narrativas

- La importancia estratégica de la comunicación y el impacto en la experiencia del cliente
- Construcción de historias y narrativas actuales
- Actividad presencial: Clínica de nuevas narrativas

MÓDULO 7 - MARKETING ANALYTICS: El CRM, la planificación, medición y análisis del marketing

- El algoritmo del marketing: El CRM y su función de información y análisis. La planificación de marketing. El planning.
- Las métricas del funnel de marketing. Métricas de los espacios digitales. KPIs fundamentales. El tablero de control del marketing.
- Actividad presencial: Clínica de planning creativo

CIERRE DEL PROGRAMA PRESENCIAL - DE LA IDEA A LA ACCIÓN: Gestión de los equipos y comunicación de equipos de marketing.

CALENDARIO CON CRONOGRAMA DE CLASES:

Programa de Dirección Estratégica de Marketing																							
Mayo							Junio							Julio									
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D			
						1			1	2	3	4	5					1	2	3			
2	3	4	5	6	7	8	6	7	8	9	10	11	12	4	5	6	7	8	9	10			
9	10	11	12	13	14	15	13	14	15	16	17	18	19	11	12	13	14	15	16	17			
16	17	18	19	20	21	22	20	21	22	23	24	25	26	18	19	20	21	22	23	24			
23	24	25	26	27	28	29	27	28	29	30				25	26	27	28	29	30	31			
30	31																						
Feriado/Festividades judías																							
Encuentros presenciales de 19 a 22h.																							
Encuentros virtuales de 18 a 21h.																							
*La universidad se reserva el derecho a modificar la fecha de los cursos																							

Los requisitos que tendrán que cumplir los participantes para su admisión serán

- Ser mayor de 21 años.
- Desempeñarse actualmente en una empresa u organización relacionada con el área temática del programa.
- Estudios secundarios completos.
- Cumplir con toda la documentación solicitada para certificar la experiencia laboral.
- Contar con conectividad a internet y poder asistir al Campus cuando sean los encuentros presenciales
- Registrarse en la plataforma www.becas-santander.com y completar formulario de inscripción al Programa antes del 19 de abril de 2022
- Resultar seleccionado de acuerdo a las Bases y condiciones

No serán elegibles aquellas postulaciones que no hayan completado todos los requisitos en tiempo y forma.

La Universidad tendrá en cuenta para la selección y asignación de las becas, los datos recabados del formulario de inscripción a la convocatoria en la plataforma de Becas Santander (www.becas-santander.com).

IV. Gestión

Será condición ineludible para la obtención de una beca inscribirse en la convocatoria al Programa a través de la plataforma Becas Santander habilitada a dichos efectos www.becas-santander.com. La notificación de la concesión de la beca será comunicada a través del sistema de gestión habilitado en la referida plataforma, el 26 de Abril de 2022.

La inscripción de los estudiantes deberá realizarse entre el 14 de marzo de 2022 y el 19 de abril de 2022 a las 23:00hs.

V. Asignación de Becas entre los candidatos

La comunicación de la asignación de las 07 Becas a los participantes se realizará a partir del 26 de Abril de 2022.

La selección se comunicará al participante a la dirección de correo electrónico consignada al momento de inscripción en la plataforma de becas, quien dispondrá del plazo de 7 días corridos desde la fecha y hora de la comunicación para cursar su aceptación, todo ello a través de la página web www.becas-santander.com. Es importante chequear además los buzones de SPAM o Correo no Deseado.

Terminado el plazo, en el supuesto de que existieran plazas asignadas que no hayan sido aceptadas por los Participantes, el organizador asignará las becas a otros Participantes que cumplan con los requisitos de admisión anteriormente señalados u otro adicional que el referido organizador tenga a bien considerar con el objetivo de que las becas no quedaran desiertas.

Una vez confirmada la Beca, el/la coordinador/a del programa también se pondrá en contacto vía mail para compartir con el beneficiario todas las indicaciones para la cursada y darle formalmente la bienvenida.

El Curso darán inicio el día 10 de mayo y finalizarán el 14 de julio de 2022, fechas que podrán sufrir leves modificaciones.

VI. Certificación

Los becarios que hayan cumplido con la entrega y aprobación de las actividades obligatorias del Programa, recibirán un certificado de participación emitido por el área de Educación Ejecutiva de la Escuela de Negocios de la UTDT

VII. Protección de datos

La regulación de los datos de carácter personal aplicable al Programa se establece en la Política de Privacidad de la Plataforma de Becas Santander disponible en www.becas-santander.com/es/legal/privacy.

VIII. Modificación de los Términos y Condiciones del Programa

El hecho de responder a la presente Convocatoria 2022 del Programa supone la aceptación por el Participante de sus Términos y Condiciones y de su resolución, que será inapelable, así como la renuncia a cualquier tipo de reclamación sobre cualquier aspecto previsto en los mismos, sin ánimo de ser exhaustivos, aspectos tales como los criterios de asignación, selección y admisión.

La UTDT y el Banco se reservan el derecho de modificar los Términos y Condiciones de la Convocatoria del Programa, parcial o totalmente en cualquier momento con la finalidad de preservar el impacto social que UTDT y el Banco persiguen con la presente Convocatoria, informando acerca de las modificaciones introducidas a los candidatos a través de la página web www.becas-santander.com.

IX. Autorización

Los participantes autorizan expresamente a las partes a difundir a través de cualquier medio de comunicación, incluidos Facebook, Twitter y otros y/o en el sitio santander.com.ar, sus nombres, DNI, imágenes y voces con fines promocionales, sin derecho a compensación alguna, en los medios y formas que el Banco y la Universidad dispongan, desde su registración y hasta los dos (2) años de finalizada la práctica de conformidad con lo dispuesto en la Ley 25.326, o aquel plazo distinto que dispongan las leyes y la reglamentación.

Asimismo, con la aceptación de los presentes Términos y Condiciones, los participantes que participen del Programa aceptan que los datos personales incluidos al registrarse tienen el carácter de declaración jurada y son recogidos a los fines de ser incorporados y tratados en una base de datos (incluyendo pero sin limitarlo al ofrecimiento y/o publicidad de productos financieros), siendo el destinatario y titular de la misma: Banco Santander Río S.A. con domicilio en la Av. Juan de Garay 151 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, pudiendo dicha información ser almacenada por un tercero contratado por el titular, dentro o fuera de Argentina. En tal sentido, los participantes autorizan expresamente para sus datos personales puedan eventualmente ser transferidos y almacenados en un servidor localizado en otra jurisdicción. De todas formas, el titular se asegurará de cumplir con la normativa aplicable y salvaguardar la seguridad, integridad y confidencialidad de los datos personales. Se informa que conforme a lo establecido en el Artículo 6 inciso e) de la ley 25.326 Ley de Datos Personales el interesado podrá en cualquier momento de ejercer los derechos de acceso, rectificación y supresión de sus datos.

El titular de los datos personales tiene la facultad de ejercer el derecho de acceso a los mismos en forma gratuita a intervalos no inferiores a seis meses, salvo que se acredite un interés legítimo al efecto conforme lo establecido en el artículo 14, inciso 3 de la Ley Nº 25.326.

La DIRECCION NACIONAL DE PROTECCION DE DATOS PERSONALES, Órgano de Control de la Ley Nº 25.326, tiene la atribución de atender las denuncias y reclamos que se interpongan con relación al incumplimiento de las normas sobre protección de datos personales.

X. Cesión

La beca es intransferible y no puede ser canjeada por ningún otro tipo de prestación.

XI. Interpretación de los términos y condiciones

La interpretación, validez y cumplimiento de estos Términos y Condiciones y de los derechos y deberes emergentes de las mismas, se regirá por las leyes de la República Argentina.