

POSADAS, 08 JUL 2025

VISTO: El Expediente S01:0000740/2025 – Secretaría General de Extensión Universitaria - Convenio Especifico de Colaboración entre la Universidad Nacional de Misiones y la Universidad Popular de Misiones de la Fundación M'BOÉ, y;

CONSIDERANDO:

QUE, el mismo tiene como objeto la Planificación, Programación e Implementación del dictado del curso "Estrategias Digitales de Alto Impacto: Construcción de Marca Personal y Ventas en Redes Sociales para Emprendedores", en el marco del Programa de Educación Profesional.

QUE, a fs. 24, la Dirección General de Asuntos Jurídicos mediante Dictamen N° 171/25, toma la legal intervención que le compete.

QUE, la Comisión de Interpretación y Reglamento se expidió sobre el tema mediante Despacho N° 017/25 obrante a fojas 25, sugiriendo: "Aprobar el Convenio Especifico entre la UNaM y la Universidad Popular de Misiones para programar e implementar el dictado del curso estrategias digitales de alto impacto: Construcción de marca personal y ventas en redes sociales para emprendedores, conforme dictamen 171/2025 obrante a fs. 24".

QUE, el tema fue tratado por el Alto Cuerpo en su 4ª Sesión Ordinaria/25, efectuada el día 02 de Julio de 2025 y aprobado por unanimidad de los Consejeros participantes.

Por ello:

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
RESUELVE:**


ARTICULO 1º.- APROBAR el Convenio Especifico de Colaboración, suscripto el día 12 de Junio de 2025, entre la Universidad Nacional de Misiones y la Universidad Popular de Misiones de la Fundación M'BOÉ, que como Anexo forma parte de la presente Resolución.-

ARTICULO 2º.- ESTABLECER que toda Acta Complementaria y/o Convenio Especifico que surgiera como consecuencia del presente, previo a su aprobación, deberá expedirse la Dirección General de Asuntos Jurídicos y comunicarse al Consejo Superior.-

ARTICULO 3º.- REGISTRAR, Comunicar, y Cumplido. ARCHIVAR.-

RESOLUCIÓN CS N° 099/25

HJF


Ing. Ftal. Daniel S. VIDELA
Secretario Consejo Superior
Universidad Nacional de Misiones


MSc. Ing. Alicia V. BOHREN
Presidenta Consejo Superior
Universidad Nacional de Misiones

ANEXO RESOLUCION CS Nº **099-25**



CONVENIO ESPECÍFICO DE COLABORACIÓN ENTRE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES Y LA UNIVERSIDAD POPULAR DE MISIONES DE LA FUNDACIÓN M'BOÉ.

La "UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES", representada en este acto por la **Mgter. Alicia Violeta BOHREN (DNI N°14.168.387)**, en su carácter de Rectora, con domicilio legal en Ruta 12 - Km 7 ½ - Campus Universitario - Miguel Lanús de la Ciudad de Posadas de la Provincia de MISIONES, en adelante la "UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES"; y la "UNIVERSIDAD POPULAR DE MISIONES", perteneciente a la **Fundación M'BOÉ** representado en este acto por el Señora **Miriam TKACZUK ALVARENGA (DNI N°20.118.895)**, en su carácter de Presidenta de la Fundación M'boé y Rectora de la Universidad Popular de Misiones, con domicilio legal en la Avenida República Oriental del Uruguay N°3066 (Posadas – Misiones), en adelante la "UNIVERSIDAD POPULAR DE MISIONES" procede a formalizar el presente convenio específico de colaboración, conforme a las siguientes cláusulas y condiciones: -----

PRIMERA. OBJETO: El objeto del presente Convenio Específico es Planificar, Programar e Implementar el dictado del curso "ESTRATEGIAS DIGITALES DE ALTO IMPACTO: CONSTRUCCIÓN DE MARCA PERSONAL Y VENTAS EN REDES SOCIALES PARA EMPRENDEDORES", en el marco del Programa de Educación Profesional, dictado por la UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES en conjunto con la "UNIVERSIDAD POPULAR DE MISIONES". Las partes declaran que el dictado conjunto del presente curso, pretende llegar a la mayor cantidad de la población de la provincia de Misiones y que normalmente no tiene acceso a la educación en el sistema universitario, ampliando la territorialidad de tal manera que llegue a la mayor cantidad de personas.-----

SEGUNDA. DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LAS PARTES: * La "UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES" propondrá los temas y actividades de capacitación, para el dictado del curso propuesto en la cláusula primera. La propuesta se formalizará mediante un proyecto que establezca: contenidos del curso, cantidad de horas de duración (Min. 26 Hs. de duración), cronograma de implementación, espacio físico y/o virtual para el desarrollo del mismo, equipamiento, insumos y RRHH calificado necesario para llevar a cabo el dictado del Curso, obligándose al estricto cumplimiento de los términos específicos consensuado con la "UNIVERSIDAD POPULAR DE MISIONES".-----


Prof. **Miriam del P. Tkaczuk**
Rectora
Universidad Popular de Misiones
UPM Gobernación

Universidad Nacional de Misiones – Rectorado
Ruta 12 Km 7 y ½-CP3304 – Miguel Lanús-Posadas- Misiones
Telefax.(0376) 4480500


Mg. Ing. **ALICIA BOHREN**
RECTORA
Universidad Nacional de Misiones



ANEXO RESOLUCION CS Nº 099-25



erogación económica de la UNaM.-----

QUINTA. PLAZO: El presente Convenio tendrá una vigencia de dos (2) años desde su suscripción, siempre que se encuentre vigente el Convenio Marco, prorrogable en forma automática por otro periodo de igual duración.-----

SEXTA. RESCISIÓN: Cualquiera de las partes podrán en cualquier momento suspender la ejecución o rescindir el presente sin invocación de causa alguna, mediante comunicación escrita y fehaciente a la otra sin invocación de causa y con una anticipación no menor a sesenta (60) días a la fecha de rescisión, sin que dicha decisión origine derecho a reclamo o indemnización alguna para la otra parte, y sin influir con los Cursos en implementación.-----

SÉPTIMA. CONFIDENCIALIDAD: Las partes se comprometen a preservar el carácter confidencial de la información y/o datos a los que pudieran tener acceso, directo o individualmente, en el marco del desarrollo de las actividades que se realicen en el presente convenio. Asimismo, los productos que se generen como resultado del curso, serán utilizados por ambas partes con propiedad intelectual conjunta, para la utilización unilateral, se deberá contar con el consentimiento expreso de la otra.-----

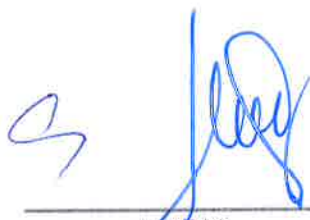
OCTAVA. JURISDICCIÓN: en caso de que surgiera algún tipo de conflicto entre las partes, las mismas lo resolverán a través de amigables componedores designados al efecto, caso contrario "las partes se someterán a los Tribunales Federales con asiento en la ciudad de Posadas, Provincia de Misiones, renunciando a cualquier otro fuero y/o jurisdicción".-----

En prueba de conformidad y aceptación se firman tres (3) ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto, en la Ciudad de Posadas, a los 12 días del mes de junio del 2025.-----


Miryam del C. Tkaczuk
Rectora
Universidad Popular de Misiones
UPM Gobernación


MSc. Ing. ALICIA BOHREN
RECTORA
Universidad Nacional de Misiones

Universidad Nacional de Misiones -- Rectorado
Ruta 12 Km 7 y ½ - CP3304 - Miguel Lanús-Posadas- Misiones
Teléfono: (0376) 4480500



ANEXO RESOLUCION CS Nº **099-25**



ANEXO I

CURSO TALLER: ESTRATEGIAS DIGITALES DE ALTO IMPACTO: CONSTRUCCIÓN DE MARCA Y VENTAS EN REDES SOCIALES PARA EMPRENDEDORES

CURSO

ESTRATEGIAS DIGITALES DE ALTO IMPACTO: CONSTRUCCIÓN DE MARCA PERSONAL Y VENTAS EN REDES SOCIALES PARA EMPRENDEDORES

EJE TEMÁTICO: Posicionamiento y Ventas a Través de Redes Sociales

INTRODUCCIÓN

En la era digital, las redes sociales han dejado de ser simples plataformas de interacción para convertirse en herramientas estratégicas esenciales para emprendedores y empresas. Su impacto abarca todos los ámbitos de la vida cotidiana y el mundo de los negocios, transformando la manera en que las marcas se comunican, interactúan y generan valor para sus clientes. A través de estos canales, los emprendedores pueden fortalecer su presencia en el mercado, construir relaciones dinámicas con su audiencia, posicionar sus marcas, fidelizar clientes y expandir su alcance.

En un entorno altamente competitivo, la diferenciación es clave para captar la atención del público objetivo y convertir seguidores en clientes. La marca personal se ha consolidado como un activo estratégico, permitiendo a los emprendedores desarrollar una identidad sólida, generar confianza y posicionarse como referentes en su sector. No obstante, para que su impacto sea efectivo, es fundamental contar con un enfoque planificado y alineado con los objetivos del negocio.

Desde una perspectiva empresarial, la creciente aceptación global de las redes sociales como canal de comunicación presenta tanto oportunidades como desafíos. Adaptarse al consumo digital y diseñar estrategias efectivas en estas plataformas ya no es una opción, sino una necesidad para quienes buscan mantenerse competitivos. Para ello, es indispensable comprender el ecosistema digital, aprovechar herramientas innovadoras como la inteligencia artificial y desarrollar estrategias de contenido que potencian la visibilidad y las ventas.

Este curso proporcionará a los participantes conocimientos y herramientas prácticas para diseñar su estrategia digital, construir y fortalecer su marca personal, optimizar su presencia en redes sociales y aplicar estrategias efectivas de ventas. A través de un enfoque teórico-práctico, los emprendedores aprenderán a generar contenido de alto impacto, utilizar tecnologías emergentes para potenciar su alcance y convertir sus redes sociales en un canal de crecimiento sostenible para sus negocios.

PROPUESTA FORMATIVA

El curso se ha diseñado con un enfoque 100% práctico y en secuencia estratégica para que el participante adquiera y aplique los conocimientos a su propio emprendimiento desarrollando una base que le permita crear e implementar estrategias de tal manera que


Prof. Miriam del C. Tkaczuk
Rectora
Universidad Popular de Misiones
UPM Gobernación

Universidad Nacional de Misiones – Rectorado
Ruta 12 Km 7 y ½-CP3304 – Miguel Lanús-Posadas- Misiones
Teléfax (0376) 4480500


MSc. Ing. Alicia BIGHREN
RECTORA
Universidad Nacional de Misiones

ANEXO RESOLUCION CS Nº 099-25



pueda obtener ciertas ventajas competitivas desde su marca personal con la utilización de redes sociales.

Durante el dictado del curso se entregará material de lectura, plantillas, herramientas y un cuaderno de trabajo.

Se prevé un espacio para la retroalimentación y para las consultas que pudieran surgir por parte de los alumnos. Se facilitarán espacios de consultas y reflexiones, con el objeto de evaluar gradualmente el avance en el proceso de desarrollo y aprendizaje.

Los métodos pedagógicos a utilizar en los encuentros sincrónicos son con preguntas y respuestas de y hacia los alumnos. Resolución de actividades prácticas con aplicación teórica en el encuentro sincrónico y posterior entrega en la plataforma virtual.

Al finalizar el curso, el emprendedor será capaz de definir y aplicar su marca personal en redes sociales, optimizándola para mejorar su posicionamiento y aumentar sus ventas. Además, aprenderá a crear contenido de alto impacto, aprovechar tecnologías emergentes para ampliar su alcance y transformar sus redes sociales en un canal de crecimiento sostenible para su negocio.

OBJETIVOS

Brindar a los participantes los conocimientos y herramientas necesarias para gestionar estratégicamente su marca personal en redes sociales, convirtiéndola en una ventaja competitiva.

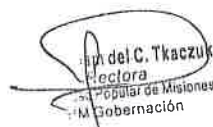
A través de este curso-taller, los emprendedores aprenderán a optimizar su presencia digital, crear contenido de alto impacto, utilizar tecnologías emergentes y desarrollar estrategias de ventas efectivas para atraer y fidelizar clientes, impulsando así el crecimiento sostenible de sus negocios.

El destinatario será capaz de:

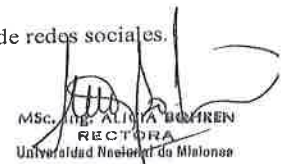
- Comprender la importancia de la marca personal y definir una estrategia alineada a sus objetivos.
- Personalizar y optimizar su perfil de empresa en las principales redes sociales.
- Utilizar redes sociales de manera estratégica y generar contenido efectivo para atraer clientes.
- Crear un plan de contenido para redes sociales adecuado para emprendedores utilizando diferentes herramientas.
- Aplicar herramientas de inteligencia artificial para optimizar su marketing digital.
- Conocer estrategias de ventas digitales y fidelización de clientes.

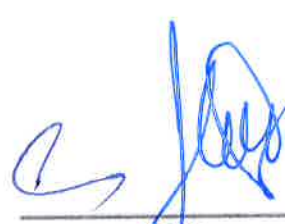
DESTINATARIOS

- Emprendedores que deseen potenciar su presencia online.
- Personas que quieran vender sus productos o servicios a través de redes sociales.
- Negocios que buscan mejorar su estrategia digital.


M. del C. Tkaczuk
Rectora
Universidad Nacional de Misiones
Gobernación

Universidad Nacional de Misiones – Rectorado
Ruta 12 Km 7 y ¼-CP3304 – Miguel Lanús-Posadas- Misiones
Telefax.(0376) 4480500


MSc. M. ALIOTA BOETTEN
RECTORA
Universidad Nacional de Misiones



ANEXO RESOLUCION CS Nº 099-25



MODALIDAD Y DURACIÓN

- ✓ 100% online
- ✓ Acceso a plataforma virtual
- ✓ Espacios de interacción asincrónica con el docente
- ✓ Clases sincrónicas y asincrónicas con metodología expositiva-participativa de contenidos teóricos y prácticos.
- ✓ Cursado sincrónico
- ✓ Cursado asincrónico:
Foro: Semanalmente se utilizará el foro como medio de consulta, espacio de debate, compartir conocimientos y experiencias.
Trabajos prácticos: Se busca la integración de los contenidos teóricos a través de la ejercitación práctica.
Trabajo integrador: Comprende la entrega de un proyecto donde se apliquen todas las actividades realizadas en los trabajos prácticos aplicados a una marca personal en particular.
- ✓ Cupo máximo: 30 personas
- ✓ Duración: 9 semanas
- ✓ Días de clases sincrónicas: viernes 16hs a 18hs
- ✓ Días de clases asincrónicas: miércoles 18hs a 19hs
- ✓ Fecha de inicio: 2 de mayo – Fecha de cierre: 27 de junio
- ✓ Carga Horaria: 3 horas semanales

Distribución horaria:

Carga horaria	Sincrónico	Asincrónico
HORAS	12	14
TOTAL		26

CONTENIDO DEL CURSO

Unidad 1: Marca Personal y redes sociales como elemento de competitividad. El Poder de la Marca Personal en la Era Digital. Redes Sociales como Herramienta de Negocios. Estrategias Digitales de Alto Impacto.

Autoevaluación: Diagnóstico inicial sobre la presencia digital del emprendedor.

Unidad 2: Introducción a la Marca Personal
Marca personal. Importancia. Diferencia respecto a una marca corporativa. Pasos para construir una marca personal. Círculo de Oro. Arquetipos de Personalidad. Recomendaciones.

Actividad práctica: Completar los tres pasos para construir una marca personal.

Unidad 3: Estrategia de Comunicación y Plan de Acción


Prof. Miliam del C. Tkaczuk
Rectora
Universidad Popular de Misiones
UPM Gobernación

Universidad Nacional de Misiones – Rectorado
Ruta 12 Km 7 y ½-CP3304 – Miguel Lanús-Posadas- Misiones
Telefax.(0376) 4480500


MSc. María Elena C. Chirren
MSc. T. Chirren
Universidad Nacional de Misiones



ANEXO RESOLUCION CS Nº 099-25



Plan de acción. Identidad. Objetivos. Niveles. Objetivos personales. Objetivos de negocio. Objetivos de marketing. Posicionamiento. Propuesta de valor y diferenciación. Audiencias. Tipos de contenidos y mensajes vendedores

Actividad práctica: Redactar una declaración de propuesta de valor en 3-5 líneas y compartirla en el grupo de trabajo.

Unidad 4: Redes Sociales como canal estratégico para emprendedores
Redes sociales. Tipos de cuentas. Perfil de empresa en medios digitales. Facebook. Instagram. LinkedIn. Perfil en Google para negocios. Uso de WhatsApp Business para potenciar la comunicación con clientes. Prácticas recomendadas.

Práctica: Presentar el perfil optimizado de su red social principal teniendo en cuenta las pautas establecidas en clases.

Unidad 5: Creación de Contenido Atractivo y Efectivo
Identificación del público objetivo y persona. Diseño de un plan de contenido con pilares temáticos. Técnicas para generar ideas. Contenido mínimo viable. Automatización de publicaciones. Métricas.

Actividad Práctica: Presentar el plan de contenido utilizando las herramientas proporcionadas en clases

Unidad 6: Inteligencia Artificial para potenciar las redes sociales
Uso de herramientas digitales para la generación de contenido (IA, editores de imagen y video, planificadores). Apps gratuitas. IA. Generadores de ideas. Edición de videos. Buscador de Fotos de alta calidad.

Actividad Práctica: Crear y publicar una pieza de contenido en redes sociales utilizando al menos una herramienta de inteligencia artificial o edición digital.

Módulo 7: Estrategias de venta para Emprendedores Competitivos
La ruta del cliente desde la primera interacción hasta la compra. Técnicas de argumentación y manejo de objeciones. Estrategias de postventa para generar recomendaciones y fidelizar clientes.

Práctica: Diseñar la ruta del cliente para su emprendimiento, identificando cada etapa del proceso de compra y los niveles estratégicos de su producto o servicio.

Trabajo Final Integrador
Desarrollo e implementación de una estrategia de marca personal de alto impacto en redes sociales.

EVALUACIÓN Y CERTIFICACIÓN

- Certificado de asistencia: Participar en el 75% de las clases y realizar actividades
- Certificado de aprobación: Entregar y aprobar el trabajo final integrador.

Prof. Miriam del C. Tkaczuk
Rectora
Universidad Popular de Misiones
UPM-Gobernación

Universidad Nacional de Misiones – Rectorado
Ruta 12 Km 7 y ½-CP3304 – Miguel Lanús-Posadas- Misiones
Telefax. (0376) 4480500

Mrs. J. M. BOHREN
RECTORA
Universidad Nacional de Misiones

ANEXO RESOLUCION CS Nº 099-25



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Semana	Tema	Modalidad	Sincrónico	Asincrónico
1	Unidad 1. Marca Personal y redes sociales como elemento de competitividad.	Teórico-práctico		2
2	Unidad 2. Introducción a la Marca Personal	Teórico-práctico	2	1
3	Unidad 3. Estrategia de Comunicación y Plan de Acción	Teórico-práctico	2	1
4	Unidad 4. Redes Sociales como canal estratégico para emprendedores	Teórico-práctico	2	1
5	Unidad 5: Creación de Contenido Atractivo y Efectivo	Teórico-práctico	2	1
6	Unidad 6. Inteligencia Artificial para potenciar las redes sociales	Teórico-práctico	2	1
7	Módulo 7: Estrategias de venta para Emprendedores Competitivos.	Teórico-práctico	2	1
8	Trabajo Final Integrador	Práctico		3
9	Cierre y devoluciones	Práctico		3
HORAS			12	14
TOTAL HORAS			26	

EQUIPO DOCENTE

- Coordinadora y docente: Lic. Statkiewicz Nadia Lorena
- Docente: Lic. Monzón Molinas Lourdes
- Docente: Lic. Pozzi Daiana
- Docente: Tec. Amalia Medina

PRESUPUESTO

Honorarios docentes	
Lic. Statkiewicz Nadia Lorena	
Lic. Monzón Molinas Lourdes	
Lic. Pozzi Daiana	
Tec. Amalia Medina	
TOTAL	\$572.000

INSCRIPCIONES Y CONTACTO

- Fecha de inicio: 2 de Mayo.

Prof. Miriam del C. Tkaczuk
Rectora
Universidad Popular de Misiones
UPM Gobernación

Universidad Nacional de Misiones - Rectorado
Ruta 12 Km 7 y ½-CP3304 - Miguel Lanús-Posadas- Misiones
Telefax.(0376) 4480500

MSc. Ing. ALICIA BOHREN
RECTORA
Universidad Nacional de Misiones