

Programa Marketing Agroalimentario 6.0

Estrategias para aumentar la competitividad de las empresas en la cadena agroalimentaria

EDICIÓN **2026**



UNIVERSIDAD
AUSTRAL

CENTRO DE
AGRONEGOCIOS
Y ALIMENTOS



INFORMACIÓN GENERAL



FECHAS

Fecha de inicio:

5 de mayo de 2026

Fecha de finalización:

7 de julio de 2026



MODALIDAD

Virtual sincrónica

(modalidad teórico-práctica, con enfoque aplicado, participativo y basado en el uso intensivo de inteligencia artificial y analítica de datos)

Dictado:

Martes 18 a 21 hs.



CERTIFICACIÓN ACADÉMICA

La Facultad de Ciencias Empresariales y el Centro de Agronegocios y Alimentos de la Universidad Austral, extenderán el Certificado Académico de aprobación de la **“Programa Marketing Agroalimentario 6.0”** quienes cumplan con el régimen de promoción

INTRODUCCIÓN

El **Marketing 6.0**, que integra innovación, tecnología e inteligencia de negocios basada en datos y analítica predictiva puede ofrecer a las empresas del sector agroalimentario (agronegocios + alimentos) estrategias y herramientas que permitan rentabilizar el valor agregado en las cadenas de valor, apalancarse y posicionarse en canales y experiencias digitales, potenciar el crecimiento y expansión regional y global de nuevos productos, proyectos y empresas del sector agroindustrial y alimentario.

En un contexto de transformación acelerada —marcado por la digitalización, la automatización y la sostenibilidad—, las organizaciones que logren **convertir los datos en conocimiento estratégico y la tecnología en decisiones de negocio** serán las que lideren la nueva etapa del agro.

El programa Marketing Agroalimentario 6.0 surge como una propuesta interdisciplinaria que une los mundos del **marketing, los agronegocios y la ciencia de datos**, para formar profesionales capaces de aplicar herramientas de inteligencia artificial, analítica avanzada y automatización al diseño y la gestión de estrategias comerciales, comunicacionales y de innovación en el sector agroalimentario.

El programa se basa en el libro editado por el Director Académico junto a Philip Kotler y coautores.

OPORTUNIDAD

“Donde el marketing, la inteligencia de negocios y la innovación agroalimentaria se encuentran para transformar el futuro de los agronegocios.”

El programa Marketing Agroalimentario 6.0 ofrece una formación que mira al futuro de las estrategias de marketing, integradas con analítica de datos, innovación y transiciones digital y energética en agronegocios para desarrollar profesionales capaces de diseñar, comunicar y gestionar marcas agroalimentarias inteligentes, sostenibles y centradas en el consumidor.

Combina la comprensión profunda del ecosistema agroalimentario con las herramientas más actuales del **Marketing 6.0, la inteligencia artificial aplicada al mercado y la gestión estratégica del valor agroindustrial**, formando líderes capaces de traducir información en acción y datos en decisiones estratégicas.

A lo largo del programa, los participantes aprenderán a **integrar la mirada comercial con la analítica de datos y la sostenibilidad**, aplicando metodologías predictivas, dashboards interactivos y tecnologías emergentes para fortalecer el posicionamiento, la trazabilidad y el valor de las marcas agroalimentarias en entornos locales e internacionales.

OBJETIVOS

Formar profesionales capaces de integrar estrategias de marketing, innovación y analítica de datos en el sector agroalimentario, potenciando la competitividad y sostenibilidad de las empresas del agro y los alimentos.

Al finalizar el programa, los participantes podrán:

- Comprender la transición digital y energética del ecosistema agroalimentario.
- Aplicar herramientas de inteligencia artificial, automatización y ciencia de datos al marketing y la comunicación agroalimentaria.
- Diseñar y comunicar marcas agroalimentarias con propósito y sostenibilidad.
- Implementar estrategias de marketing digital, comunicación integrada y expansión internacional.
- Desarrollar planes de marketing aplicados a proyectos innovadores y startups del sector.

¿A QUIÉN ESTÁ DIRIGIDO?

Formar profesionales capaces de integrar estrategias de marketing, innovación y analítica de datos en el sector agroalimentario, potenciando la competitividad y sostenibilidad de las empresas del agro y los alimentos.

Al finalizar el programa, los participantes podrán:

- Profesionales del sector agroalimentario interesados en incorporar herramientas digitales y analíticas a su gestión comercial.
- Profesionales del marketing, la comunicación y la gestión de marca que buscan especializarse en el universo agroalimentario.
- Analistas, científicos de datos y profesionales de inteligencia de negocios que deseen aplicar técnicas de analítica, IA y visualización de datos a proyectos de marketing y comercialización en agro y alimentos.
- Emprendedores y startups agroalimentarias (AgTech, FoodTech).
- Egresados universitarios de disciplinas afines.
- Directivos y funcionarios de instituciones públicas o entidades del sector agroalimentario.

PLAN DE ESTUDIO

El programa se organiza en 10 módulos que combinan mirada estratégica, herramientas tecnológicas y aplicación práctica en el sector agroalimentario. Cada módulo está diseñado para que los conocimientos puedan implementarse desde el primer día.

CLASE / MÓDULO	TÍTULO ACTUALIZADO	CONTENIDOS PRINCIPALES	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES / PRODUCTOS ESPERADOS
1	Marketing Agroalimentario: desde la tecnología a la toma de decisiones	<ul style="list-style-type: none"> - Evolución del marketing (1.0 → 6.0). - Digitalización, automatización e IA en agronegocios. - Descarbonización, economía circular y trazabilidad. - Nuevo consumidor verde y digital. 	Comprender el impacto de la doble transición en el marketing agroalimentario y reconocer oportunidades para estrategias sostenibles y tecnológicas.	Debate + análisis de caso "doble transición en el marketing agroalimentario".
2	Datos e inteligencia de negocios. Inteligencia Artificial, organización de la información, CRM y procesos	<ul style="list-style-type: none"> - Fundamentos de Business Intelligence. - Big Data, analítica predictiva y machine learning. - Métricas clave: CAC, LTV, ROI. - Visualización y storytelling con datos. 	Aplicar analítica de datos y BI para decisiones estratégicas de marketing y comunicación.	Taller con dashboard (Power BI o Data Studio).
3	Branding estratégico y arquitectura de marca agroalimentaria	<ul style="list-style-type: none"> - Identidad, propósito y valor de marca. - Storytelling, brand equity y propósito sostenible. - Arquitectura y extensión de marca (Kapferer, 2012). 	Diseñar estrategias de marca coherentes y alineadas al propósito sostenible y territorial del agro.	Desarrollo de plataforma de marca y storytelling.
4	Innovación y modelos de negocios en agrifood	<ul style="list-style-type: none"> - Ciclo NPD (Trott, 2021) y metodologías ágiles. - Diseño de productos sostenibles y economía circular. - Gestión del portafolio de innovación. - Comunicación ética y anti-greenwashing. 	Integrar sostenibilidad, creatividad y responsabilidad social en la gestión de innovación de productos.	Taller de prototipado de producto sostenible y <i>value proposition canvas</i> .
5	Desarrollo de nuevos mercados internacionales y e-commerce	<ul style="list-style-type: none"> - Presupuestación y ROI de marketing. - Modelos de rentabilidad de campañas y productos. - Evaluación de inversiones en innovación y comunicación. - Indicadores de desempeño comercial. 	Utilizar métricas financieras y de valor del cliente para decisiones de marketing sustentables.	Resolución de caso financiero aplicado.
6	Comunicaciones Integradas de Marketing (CIM)	<ul style="list-style-type: none"> - Posicionamiento global y estrategias de entrada. - Adaptación cultural y regulatoria. - Marcas de origen y certificaciones. - Casos 	Desarrollar estrategias internacionales y cross-culturales de marketing agroalimentario.	Análisis comparativo de estrategias globales.

PLAN DE ESTUDIO

CLASE / MÓDULO	TÍTULO ACTUALIZADO	CONTENIDOS PRINCIPALES	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES / PRODUCTOS ESPERADOS
7	Tecnología, entornos y experiencias digitales aplicados a la industria de agroalimentos	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategia omnicanal e integrada. - Publicidad, PR y trade marketing. - Mensaje coherente en ecosistemas digitales y físicos. - Plan de comunicación integral. 	Elaborar un plan CIM alineado al propósito y narrativa de la marca agroalimentaria.	Diseño de plan CIM para producto real.
8	Marketing digital, inteligencia artificial y plataformas tecnológicas	<ul style="list-style-type: none"> - SEO, SEM, social media, e-commerce, CRM. - Automatización, personalización y marketing inmersivo. - Experiencia del cliente digital y phygital. - Plataformas B2B/B2C agroalimentarias. 	Aplicar herramientas digitales y tecnologías 4.0 al posicionamiento y fidelización de marcas agroalimentarias.	Simulación de campaña digital (Google Ads, Meta).
9	Influencer marketing y reputación digital en alimentos y agro	<ul style="list-style-type: none"> - Ecosistema de influencers y microcomunidades. - Estrategias de colaboración ética y comunicación responsable. - Gestión de reputación y crisis online. 	Integrar marketing de influencia y gestión reputacional en estrategias de comunicación agroalimentaria.	Diseño de campaña de influencers y monitoreo reputacional.
10	Marketing para startups y emprendimientos agroalimentarios	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias lean y escalabilidad.- MVP y validación de mercado.- Pitch de inversión y storytelling emprendedor.- Casos AgTech y FoodTech. 	Desarrollar estrategias de marketing y comunicación para startups agroalimentarias innovadoras.	Presentación del proyecto final (marketing plan de una startup).

CUERPO ACADÉMICO

Directores académicos:



Dr. Reynaldo Rivera



Mag. Carlos Morgan

Directora ejecutiva:



Mag. Fernanda Méndez

Profesores:

- **Liliana Fassi**
- **Diego Feldman**
- **Milagros Galán**
- **Carolina Hollidge**
- **Valeria Milanés**
- **Juan Quinteros**

Edición 2026



Programa Marketing Agroalimentario 6.0

CONTACTO

Posgrados.rosario@austral.edu.ar

www.austral.edu.ar

