

GESTION PYMES HACIA LA TRANSFORMACIÓN E INNOVACIÓN 2024

CURSO DE COMPLEMENTACIÓN UNIVERSITARIA
MODALIDAD VIRTUAL

Fundación Empretec (con el apoyo del Banco Nación) te invita a participar de sus actividades y encuentros de capacitación para empresas, orientadas a brindar herramientas sobre temas de interés propios del segmento, desarrollo de nuevas habilidades y la generación de una red de contactos que potencie el crecimiento de tu negocio.

La Facultad de Ingeniería de la Universidad de Buenos Aires, garantiza el máximo esfuerzo y capacidad para brindar al empresario y colaboradores de PYMES herramientas de gestión, para transformar los negocios hacia un nuevo futuro.

OBJETIVOS DEL CURSO

Actualizar los conocimientos para brindar una visión integral de la conducción de una PYME hacia un nuevo futuro.

Afianzar el liderazgo y toma de decisiones, y su impacto en las distintas áreas de la empresa. Promover el trabajo en equipo.

Adquirir herramientas para el gerenciamiento de áreas de Marketing, Costos, Finanzas, Compras, Dirección e Innovación, para elaborar el planeamiento de la empresa, en el mediano y largo plazo.

Entender la interrelación entre las diferentes áreas de la empresa para una visión centrada en la creación de valor.

Realizar un trabajo integrador, la materialización de un Plan de Negocio, para la implementación de una innovación (adaptaciones o nuevos productos, procesos, formas de organización) sobre un caso real, que será monitoreado a lo largo del curso y deberán presentar al finalizar del mismo.

DIRIGIDO A

El programa está diseñado para satisfacer los requerimientos de los socios, gerentes y mandos medios con capacidad de liderazgo. En las PYMES permite también capacitar a quienes habrán de asumir tales posiciones en el futuro.

CONTENIDOS

Módulo 1: Equipos de alto rendimiento (4 encuentros)

- Cultura organizacional: Valores familiares vs. valores empresariales
- Gestión de las personas como forma de desarrollar la empresa: Herramientas para detectar oportunidades de desarrollo en su gente, y generar entrenamientos específicos
- Trabajo en equipo. Armar el equipo desarrollando a las personas
- Liderazgo como competencia y Lideres Coach
- Promover y liderar cambios de comportamientos favorables a la organización.
- Facilitar la cooperación horizontal creando relaciones de confianza mutua.
- Utilizar cada problema como una oportunidad de mejora.
- Planificar, calendarizar y seguir las acciones de mejora continua.
- Desarrollar habilidades negociadoras para superar conflictos y construir consensos.

Docente: Lic. María Clara Turco Greco

Módulo 2: Innovación: Visualización, ideación, diseño de productos y servicios (3 encuentros)

- Competencias de las personas creativas. Estrategias para el desarrollo de la creatividad dentro de la organización
- Equipos Innovadores. La innovación como proceso estratégico
- La organización innovadora: La Gestión de la innovación
- Tendencias, escenarios futuros y diseño de nuevos productos y servicios
- Metodologías para la visualización y el trabajo con tendencias.
- Tendencias socioculturales. Tendencias tecnológicas. Tendencias de negocios. Tendencias ambientales
- Diseño conceptual de nuevos productos/ servicios/ sistemas.
- Exploración de procesos de ideación y diseño estratégico.
- Hacia la definición de nuevos productos y servicios.

Docentes: Ing. Adolfo Arcagni

Módulo 3: Proceso de Planificación de Negocios (4 encuentros)

- Proceso de Planificación estratégica. Fases del Planeamiento Estratégico y su vinculación con las distintas áreas. Cómo comunicar el plan. Claves para integrar e implementar el plan. Modelo de negocio: CANVAS.
- La realidad empresarial y su entorno. Identificación y comprensión de los factores de cambio. Análisis situacional, herramientas de diagnóstico para el entorno externo e interno, del sector industrial. FODA
- Búsqueda de nuevas oportunidades de negocio y su análisis.
- Panel Estratégico de Gestión (Cuadro de Mando), control de la implementación del plan.

Docente: Ing. María Eugenia Conde

Módulo 4: Marketing (3 encuentros)

Relación con los clientes. Administración de clientes. Calidad – crear valor – como mantener la satisfacción para el cliente

- Gestión de mercados, visión centrada en la creación de valor.
- Decisiones en segmentación estratégica – Diferenciación - Posicionamiento
- Estrategias de productos y servicios
- Estrategias y tácticas de fijación de precios
- Canales de distribución – estrategias para su administración y seguimiento
- Crear, comunicar y ofrecer valor al cliente. Comunicaciones integradas. Publicidad – promoción – institucionales - medios

Docentes: Ing. Marcelo Swinyard – Ing. Alejandro Fainsod

Módulo 5: Marketing Digital y Comercio Electrónico (4 encuentros)

- Los elementos del marketing digital: su funcionamiento y planificación.
- Elementos comunes y diferencias entre el Marketing offline y online
- Redes sociales: ¿Cómo funcionan?, ¿por qué debemos estar? Múltiples objetivos comerciales a bajo costo.
- El entorno digital. El consumidor digital.
- Objetivos estratégicos de cada canal.
- Producción de contenidos: Contar y mostrar historias. ¿Cómo desarrollar una marca en las redes sociales?
- Monitoreo de campañas
- Plataformas de e-commerce. Plataformas de pagos. Integración de la venta física con la venta online.

Docentes: Ing. Marcelo Swinyard – Ing. Alejandro Fainsod

Módulo 6: Gestión Económico-Financiera (7 encuentros)

- Conceptos fundamentales. Diferencias entre aspectos económicos y financieros Modelo económico-financiero.
- Conceptos fundamentales. Balance y cuadro de resultados.
- Costos. Composición. Clasificación. Centros de costos.
- Sistemas de costos. Costeo directo. Absorción.
- Análisis Marginal. Concepto, definiciones, punto de equilibrio.
- Presupuesto Económico. Proyección de resultados.
- Inversiones y capacidad de endeudamiento a largo plazo
- Análisis de estados financieros.
- El valor del dinero en el tiempo y la asignación de los recursos
- Evaluación de proyectos de Inversión. Flujo de caja de una inversión. Criterios de evaluación. Métodos económicos y de flujo descontado. Evaluación de proyectos en condiciones de riesgo. Costo de capital.

Docentes: Ing. Pablo Coccolo – Ing. Horacio Piantanida

Módulo 7: Revolución 4.0 Transformación Digital (2 encuentros)

- Introducción a la Industria 4.0 y la cuarta revolución industrial. Sistemas tecnológicos que conforman los procesos de transformación digital. El caso argentino.
- Ventas 4.0: desarrollo de nuevas formas de comercialización, de la mano del marketing digital, el uso de datos para el direccionamiento de las estrategias comunicacionales para el cliente del siglo XXI
- Equipos 4.0: nuevas formas de trabajo surgidas en el entorno de la transformación digital, ahora afianzadas durante la pandemia (ej. Home office), y los programas y plataformas que le dan forma.

Docentes: Ing. Julián Zubieta

Módulo 8: Compras B2B y Logística (3 encuentros)

- Profesionalismo; el nuevo rol de Compras. El área de Compras como centro generador de utilidades. Aportes de valor de Ventas y Compras. Marco conceptual de la Gestión de Compras
- La estrategia de Compras alineada con la estrategia de la empresa
- Compras como centro de comunicación externa de la empresa. Matriz estratégica de Compras (Krajlic). Organización del área. Indicadores de gestión. K.P.I.s
- Gestión de Inventarios: Marco conceptual. Inventario: clases, funciones, importancia. Administración del inventario: objetivos, desafíos, métodos e indicadores. Postponement y Modularización. Costo vs Nivel de Servicio.
- Gestión de Depósitos
- Preparación de Pedidos. Picking, Sloting. Criterios para la ubicación de los productos en el almacén. Métodos de Picking. Operaciones automatizadas integrales. Tendencias.

Docente: Ing. Carlos Conti – Ing. Guido Palladino

Módulo 9: Integración y Plan de Negocio (Encuentro final)

- Integración de las herramientas y conceptos desarrollados en cada módulo para la implementación del Plan de Negocio.
- Modelo de presentación de un Plan de Negocio. Descripción de los diferentes componentes: Antecedentes – Estrategia Comercial – Análisis económico-financiero – Análisis de riesgo – Presentación

Se organizan equipos de trabajo, que deberán preparar un Plan de Negocio para la implementación de algún tipo de innovación o transformación (adaptativa o novedosa de producto, procesos u organizacionales) en una empresa que cada equipo elija.

Tutor: Ing. Rodolfo Wood

APROBACIÓN DEL CURSO

Para otorgar el Certificado de Aprobación los alumnos deberán haber aprobado cada uno de los módulos y la presentación del Plan de Negocio (con 75% de asistencia).

Si no tiene la aprobación de los módulos y cumple con la asistencia, se entrega un certificado de asistencia.

DURACIÓN

El curso tiene una duración de 1 año. Se dictará en 2 cuatrimestres, un total de 8 módulos o unidades temáticas, más un último encuentro para la presentación de los proyectos grupales (módulo 9). Las clases se establecen con una frecuencia de 1 vez por semana, **modalidad virtual**, plataforma ZOOM.

Curso LUNES de 18:00 a 21:00 Hs., más las jornadas de tutoría a combinar con el tutor.

Fecha de comienzo de las clases: Lunes 8 de abril de 2024

Receso por vacaciones de invierno: 22 y 29 de julio de 2024

Fecha de finalización – Clase de presentación de Plan de Negocio: Lunes 25 de noviembre de 2024

Lugar: **Modalidad Virtual**

ARANCEL

El curso tiene un costo de \$308.000, con un precio promocional de \$280.000 abonando con depósito o transferencia bancaria. Una vez realizado el pago queda confirmado el cupo para participar del Programa.

Pago vía transferencia bancaria:

\$280.000

Datos bancarios:

Razón Social: Fundación Empretec

Tipo de cuenta: 03 - CC \$

Número de cuenta: 00010003396132

CBU: 0110599520000033961323

Alias: MADRE.RIMA.REY

Pago vía link de pago (+Pagos Nación)

\$308.000

A través del link de pago se puede abonar con tarjeta de débito y crédito.

Se puede abonar hasta en 12 cuotas con interés.