

Programa de Gestión para PyMEs: hacia la transformación e innovación

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.

Se suministrarán herramientas para el gerenciamiento de áreas de Marketing, Costos, Finanzas, Dirección e innovación, para elaborar el planeamiento de la empresa, en el mediano y largo plazo.

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

Trabajo integrador para 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

Modulo 1: Proceso de Planificación de Negocios

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

Docente: Guillermo Monroy

Modulo 2: Equipos de alto rendimiento

- Empresa y familia.
- Valores familiares vs. valores empresariales
- Liderazgo de desarrollo y trabajo en equipo
- Armandando el equipo desarrollando a las personas
- Niveles de liderazgo
- Promover y liderar cambios de comportamientos favorables a la organización.
- Facilitar la cooperación horizontal creando relaciones de confianza mutua.
- Detectar oportunidades de desarrollo en su gente, y generar entrenamientos específicos.
- 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: María Clara Turco Greco

Modulo 3: Marketing

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: Marcelo Swinyard – Alejandro Fainsod

Modulo 4: Marketing Digital y Comercio Electrónico

- Conocer 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: Marcelo Swinyard – Alejandro Fainsod

Modulo 5: Gestión Económico-Financiera

- 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: Adrián Escardó - Pablo Coccolo

Modulo 6: Innovación: Visualización, ideación y diseño de nuevos productos y servicios

- Tendencias, escenarios futuros y diseño nuevos productos y servicios
- Metodologías para la visualización y el trabajo con tendencias. Tendencias socioculturales. Tendencias tecnológicas. Tendencias de negocios. Tendencias ambientales. Estudio de usuarios en la empresa.
- Técnicas de visioning y diseño de escenarios futuros en la empresa. Detección de oportunidades para la generación de nuevas ofertas de valor. Comprensión de capacidades y habilidades necesarias en la empresa para su materialización.
- Metodologías de design thinking y diseño conceptual de nuevos productos/ servicios/ sistemas. Exploración de procesos de ideación y diseño estratégico.
- Hacia la definición de nuevos productos y servicios. Técnicas de benchmarking y análisis de producto. Procesos de prototipado e iteración para la validación de propuestas.

Docente: Adolfo Arcagni – Analía Cervini

Modulo 7: Revolución 4.0 Transformación Digital

- Introducción a la Industria 4.0 y la cuarta revolución industrial
- Algunos de los sistemas tecnológicos que conforman la Industria 4.0 y los procesos de transformación digital: Cloud Computing, Big Data, Internet de las cosas y sistemas ciber físicos, Inteligencia artificial, robots autónomos y colaborativos, robots virtuales (asistentes virtuales), impresión 3D, realidad aumentada y realidad virtual, ciberseguridad, tecnologías wearables, drones, etc.
- Industrias 4.0: el impacto de las cadenas de producción industriales basadas en las nuevas disrupciones tecnológicas
- 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.
- Transformación digital e Industria 4.0 en la Argentina. Déficit y potencialidades. Programas de apoyo.

Docente: Andrés Marotta

Modulo 8: Integración y Plan de Negocio

- 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
- Presentación y argumentación por equipo del Plan de Negocio
- Se realiza a lo largo del curso con la tutoría de un profesor

Se organizan 5 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.

Tutores:

Se asigna una carga horaria de 12 hs. a cada equipo, que representa para el total de los 5 equipos un total de 60 hs., fuera de las horas del curso y la presentación final del plan de negocio a la finalización del curso.

2 Clases de presentación Plan de Negocio.

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 dictarán 2 cuatrimestres, un total de 8 módulos o unidades temáticas. Las clases se establecen con una frecuencia de 1 vez por semana, modalidad virtual.

Curso lunes de 18:00 a 21:30, más las jornadas de tutoría a combinar con cada tutor. La Facultad se reserva la posibilidad de cambiar el día para algunos de los cursos, previa información a los alumnos con la antelación suficiente.

Facultad de Ingeniería – Departamento de Gestión. Modalidad Virtual
Av. Las Heras 2214 - 1er. piso, Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Tarifario

Valor del programa por persona: \$65.000

Descuentos			Paga
Inscripción anticipada	hasta 30/11	-80%	\$13.000
	hasta 31/12	-60%	\$26.000
	hasta 28/02	-35%	\$42.250
	hasta 14/03 (promo lanzamiento)	-25%	\$48.750
Grupos de empresas	2 personas o más (descuento por persona)	-15%	adicional sobre descuento de inscripción anticipada

Se abona por medio de transferencia bancaria o por Mercado Pago