



Universidad de
los Andes

PROGRAMAS ASINCRÓNICOS

UANDES *online*

ÁREA DE NEGOCIOS E INGENIERÍA

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

¿POR QUÉ ESTUDIAR UN PROGRAMA ASINCRÓNICO EN **UANDES online**?

Prestigio y Reconocimiento:



Al estudiar en la Universidad de los Andes, una institución reconocida por su prestigio, los estudiantes fortalecen su currículum con programas que les brindan respaldo y confianza profesional, destacándolos en el mercado laboral

Flexibilidad y Accesibilidad:



Los programas son completamente online o semipresenciales, permitiendo a los estudiantes elegir cuándo y dónde estudiar, sin comprometer su vida personal o profesional.

Actualización de Conocimientos:



Los diplomados están diseñados para que los estudiantes se mantengan al día con las últimas tendencias en negocios e ingeniería, permitiéndoles seguir siendo competitivos.

Metodología Moderna y Eficiente:



La plataforma Canvas ofrece una experiencia de aprendizaje intuitiva y eficiente, facilitando el acceso a los contenidos y el aprendizaje académico.

Docentes de Alto Nivel:



Los programas son impartidos por docentes con amplia experiencia en el mundo empresarial y académico. Formados en las mejores universidades de Chile y el mundo, con una visión global, diversa y completa del mundo de los negocios.

Certificación de Calidad:



Al completar el programa, los estudiantes obtienen la **certificación de la Universidad de los Andes**.

Formar parte de la comunidad UANDES:



Los estudiantes tienen la oportunidad de conectar con otros profesionales, ampliando su red de contactos y abriendo puertas a nuevas oportunidades de colaboración.

ACOMPañAMIENTO Y APOYO CONSTANTE

En **UANDES online**, sabemos que volver a estudiar puede presentar desafíos, por eso el acompañamiento es uno de los pilares de nuestra propuesta educativa. Cada diplomado está respaldado por un equipo comprometido con tu éxito, que te brindará apoyo en cada etapa.

Desde el primer día, contarás con un equipo de **atención al estudiante** que estará disponible para guiarte en el uso de la plataforma, resolver tus dudas y asegurarte de que aproveches al máximo cada unidad. Con este respaldo, nunca estarás solo en tu camino educativo; contarás siempre con la orientación que necesitas para avanzar con confianza.



METODOLOGÍA FLEXIBLE Y CENTRADA EN EL ESTUDIANTE

En **UANDES online**, hemos diseñado una metodología que se adapta a tu vida y a tus necesidades profesionales, ofreciéndote una estructura flexible para actualizar tus conocimientos.

Cada curso está compuesto de 7 unidades online asincrónicas, más una sesión online sincrónica y una clase presencial u online sincrónica.

En la semana 4 del curso, participarás en una clase online sincrónica donde podrás interactuar en tiempo real con el docente y tus compañeros para aclarar dudas y reforzar los contenidos. El curso culmina con una clase final, que puedes tomar online en vivo o de forma presencial en el campus de la Universidad de los Andes, según lo que prefieras.

7 UNIDADES ONLINE ASINCRÓNICAS + **1 CLASE ONLINE SINCRÓNICA** + **1 CLASE PRESENCIAL (MODALIDAD SEMIPRESENCIAL) O EN VIVO - ONLINE (MODALIDAD ONLINE)**

CURSO

UNIDAD 1 > UNIDAD 2 > UNIDAD 3 > CLASE ONLINE SINCRÓNICA > UNIDAD 4 > UNIDAD 5 > UNIDAD 6 > UNIDAD 7 > CLASE FINAL

RECURSOS DE APRENDIZAJE



MINI VIDEOS



IMÁGENES



TEXTOS



MATERIAL
DESCARGABLE



PODCAST



AUDIO CLASE



RECURSOS
INTERACTIVOS



ACTIVIDADES
Y FOROS

CURSO

DIGITAL BUSINESS MODEL

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

DIGITAL BUSINESS MODEL

Los alumnos tendrán una aproximación general a la forma de crear un modelo de negocio sostenible para el mundo digital, considerando el contexto cambiante y disruptivo actual. Lo anterior implica un pensamiento enfocado a las necesidades futuras de las personas y el desarrollo de propuestas que permitan solucionarlas, creando oportunidades de negocios de alto impacto y rentabilidad, con resultados exitosos para empresas y emprendedores.

Existen tres aspectos fundamentales para lograr levantar un emprendimiento sostenible: los procesos de captura de valor del entorno, el desarrollo de una ventaja competitiva y la creación de nuevos modelos de gestión y liderazgo. Todos ellos permitirán sortear entornos cambiantes y lograr propuestas de alto impacto y rentabilidad



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo aplicar estrategias de modelos de negocios para desarrollar una propuesta comercial en la era digital.

Razones para estudiar este programa:



Podrás identificar herramientas de análisis del entorno y de los requerimientos de los clientes para detectar necesidades del mercado en la era digital.



Distinguirás herramientas para la creación y captura de valor de una nueva idea de negocio digital.



Identificarás la ventaja competitiva de una idea de negocio digital considerando el entorno, necesidades de los clientes, así como la creación y captura de valor.



Aplicarás conceptos de la captura de valor y la ventaja competitiva para ilustrar distintos tipos de modelos de negocios digitales.

Unidad 1

La estrategia: Aprovechar oportunidades del entorno.

- Identificar modelos de análisis para indicar estrategias según las oportunidades y amenazas del entorno.

Lecciones de la unidad

- Contexto de la estrategia competitiva.
- La estrategia y sus tres elementos fundamentales.
- Estrategia y efectividad operacional.
- ¿Cómo diseñar una estrategia?
- Análisis PEST.
- Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Unidad 2

Necesidades actuales y futuras de los consumidores.

- Identificar herramientas para reconocer las necesidades actuales y futuras de los consumidores.
- Conocer las innovaciones disruptivas y los clientes a los que se dirige.

Lecciones de la unidad

- ¿Cómo conectamos la visión empresarial con nuestros consumidores?
- Apuntar a los segmentos apropiados: jobs to be done.
- Distinguir los problemas de los consumidores: pain points.
- Definir la mejor estrategia y los mejores clientes para nuestros productos.
- Análisis de caso: Cornershop y su enfoque en el cliente.

Unidad 3

Definiciones del modelo de negocio digital.

- Identificar las formas de creación y captura de valor, junto con metodologías que ayudan a este procedimiento, reconociendo los procesos de cambio, las formas de obtener mayores utilidades y las estrategias que ayudan a que los nuevos negocios prosperen.

Lecciones de la unidad

- El modelo de negocios es fundamental para sobrevivir a la era digital.
- El proceso de captura de valor de un negocio.
- Optimizar la captura de valor usando modelos ágiles.
- Captura del valor en el entorno.
- Aplicación de conceptos.
- Análisis de caso: ZeroQ, su modelo de negocio y captura de valor.

Unidad 4

La ventaja competitiva.

- Identificar los pilares que sustentan un modelo de negocio digital, los ejes de su ventaja competitiva, así como también el reconocimiento del proceso de dependencia.

Lecciones de la unidad

- El modelo de negocio digital es más que una plataforma.
- La cooperación también puede ser una ventaja competitiva.
- La plataforma es clave para la ventaja competitiva digital.
- ¿Cómo rentabilizar un negocio digital?
- Análisis de caso: Xiaomi está consolidando una plataforma como ventaja competitiva.
- Aplicación de los conceptos.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Modelos de negocios digitales I.

- Analizar un modelo de negocio digital e identificar distintos modelos existentes en el mercado.

Lecciones de la unidad

- ¿Cómo analizamos un modelo de negocio digital?
- Desde la ventaja competitiva digital hacia un modelo negocio rentable.
- Clasificación de los modelos de negocios digitales.
- Modelo de negocio 1: eCommerce.
- ¿Cómo aprovechar de mejor manera los distintos modelos de negocio digitales en el eCommerce?
- Modelo de negocio 2: Gratuito.

Unidad 6

Modelos de negocios digitales II.

- Identificar distintos modelos de negocio digitales existentes en el mercado.

Lecciones de la unidad

- Recordemos el módulo anterior.
- Modelo de negocio 3: Flash sales.
- Modelo de negocio 4: Compradores online.
- Modelo de negocio 5: Peer to peer - P2P.
- Modelo de negocio 6: Suscripción.
- Modelo de negocio 7: Freemium.

Unidad 7

La Gestión y El Liderazgo en los modelos de negocio digitales.

- Reconocer el rol de la gestión y el liderazgo en los modelos de negocios digitales, permitiendo el desarrollo de una ventaja competitiva al interior de una organización.

Lecciones de la unidad

- ¿Cómo gestionamos nuestro modelo de negocio digital con las tecnologías actuales?
- Capacidades claves para gestionar el máximo alcance del modelo de negocio digital.
- Aplicación de conceptos del módulo 7.
- El liderazgo y el cambio que requiere el modelo de negocio digital.

Sesión Presencial/Streaming .

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.



Universidad de
los Andes

UANDES
online

CURSO

ANALÍTICA DIGITAL Y GROWTH MARKETING

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

ANALÍTICA DIGITAL Y GROWTH MARKETING

En la actualidad existen competidores con propuestas digitales innovadoras y que llegan de manera eficiente a su grupo objetivo, por lo que se hace fundamental para las empresas ser capaces de analizar la información que se obtiene de los actuales y potenciales clientes y del mercado, para lograr los objetivos de crecimiento y ser capaces de sobrevivir.

Este escenario plantea grandes desafíos a las empresas y en este sentido, conceptos como “Growth Marketing” son claves para poder enfrentarlos, ya que les permite obtener nuevos clientes fieles y promotores y aumentar de manera importante sus ingresos.

Este curso surge de la necesidad de las empresas de levantar información del usuario, tendencias del mercado y ser capaces de analizarla para adquirir, activar y retener clientes en un entorno cada vez más competitivo.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analizar la información sobre el comportamiento del consumidor digital y el mercado para implementar estrategias de crecimiento que permitan conseguir los resultados de la empresa.

Aplicar herramientas de Growth Marketing para optimizar el posicionamiento, marketing y aumentar las ventas.

Razones para estudiar este programa:



Hoy en día, la analítica digital es una habilidad esencial que te permitirá comprender y analizar los datos de tus campañas de marketing, identificar tendencias y oportunidades de mejora para optimizar sus resultados.



El Growth Marketing es una estrategia enfocada en el crecimiento empresarial. Te entregará herramientas necesarias para crear estrategias efectivas de crecimiento empresarial, identificando oportunidades de mercado y utilizando los datos para optimizar las campañas.



El curso te permitirá entender mejor a tus usuarios y clientes. Al analizar los datos, puedes obtener información valiosa sobre su comportamiento y preferencias, lo que te permite adaptar sus campañas de marketing y mejorar su experiencia.



La capacidad de recopilar, analizar y presentar datos de manera efectiva es altamente valorada por los empleadores y puede proporcionar una ventaja competitiva en el mercado laboral.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Fundamentos del Growth Marketing.

- Comprender los principios del Growth Marketing, incluyendo su definición y propósito en la estrategia de marketing digital.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es el Growth Marketing?
- Objetivos del Growth Marketing.
- Marketing tradicional y Growth Marketing.
- Habilidades requeridas en el growth marketing.
- Embudo AARRR.

Unidad 2

Principios básicos de la estrategia de Growth Marketing.

- Definir de manera efectiva los objetivos de una estrategia de Growth Marketing, identificando metas específicas y medibles que guíen el desarrollo de sus campañas y acciones.

Lecciones de la unidad

- Definición de objetivos.
- Definición de KPI y su diferencia con un objetivo.
- Product Market Fit.
- Ejemplos de Product Market Fit.
- Value Proposition Canvas.

Unidad 3

Comportamiento del consumidor digital.

- Describir el proceso de toma de decisiones de compra, desde el reconocimiento de la necesidad hasta la decisión final.

Lecciones de la unidad

- ¿Cómo tomas decisiones de compra las personas?
- Primer paso: Reconocimiento de necesidad o deseo.
- Segundo paso: Búsqueda de información.
- Tercer paso: Evaluación de alternativas.
- Cuarto: Decisión de compra.
- The customer journey.
- Momentos de la verdad
- Buyer persona.
- Insights.

Unidad 4

Top funnel: Adquisición de usuario.

- Diseñar estrategias efectivas para aumentar el reconocimiento de marca (brand awareness) de una empresa o producto, utilizando diversas técnicas y canales para llegar a un público más amplio.

Lecciones de la unidad

- Introducción.
- Brand Awareness.
- Green Glass Chile: un caso de negocio exitoso con impacto social.
- ¿Cuál es la función que cumple una marca en la etapa del TOFU?
- Storytelling.
- Casos donde se utiliza storytelling para atraer.
- Métricas para el TOFU.
- SEO y TOFU.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Middel funnel: Activación de usuarios.

- Comprender los conceptos adecuados para diseñar y ejecutar estrategias de contenidos, para atraer, retener y convertir a audiencias, creando valor tanto para la marca como para los consumidores.

Lecciones de la unidad

- Etapa de activación de usuarios: Ofrecer contenido de valor.
- Auditoría de contenidos.
- Herramientas y prácticas para optimizar el contenido.
- Funciones de las redes sociales y su relación con el contenido.
- Medición de los resultados.

Unidad 6

Bottom funnel: Retención de usuarios.

- Comprender los conceptos básicos del remarketing y su importancia en el marketing digital.
- Conocer los fundamentos del email marketing y su papel en la estrategia de marketing digital.

Lecciones de la unidad

- Bottom of the funnel.
- Remarketing o Retargeting.
- Email Marketing.
- Lead nurturing o nutrición de leads.
- Optimización de campañas en Google Ads, Facebook Ads, entre otras.
- Audiencias lookalike
- Innovar e involucrar a los clientes como estrategia de retención.
- Actuar de manera humana y transparente: si te equivocas, discúlpate

Unidad 7

Inbound Marketing.

- Describir los principios clave del inbound marketing, incluyendo la metodología de atracción, conversión, cierre y deleite.
- Comprender el concepto de lead scoring que identifiquen para clasificar leads en función de su nivel de interés y preparación para la compra.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es Inbound Marketing?
- Marketing de Contenidos.
- Publicar en blogs ayuda a la empresa a crecer.
- Video de Marketing.
- Optimización de la conversión: conceptos de MQL, SQL, Lead Scoring y Predicción.

Clase Final Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.



Universidad de
los Andes

UANDES
online

CURSO

BIG DATA PARA DATOS NO ESTRUCTURADOS

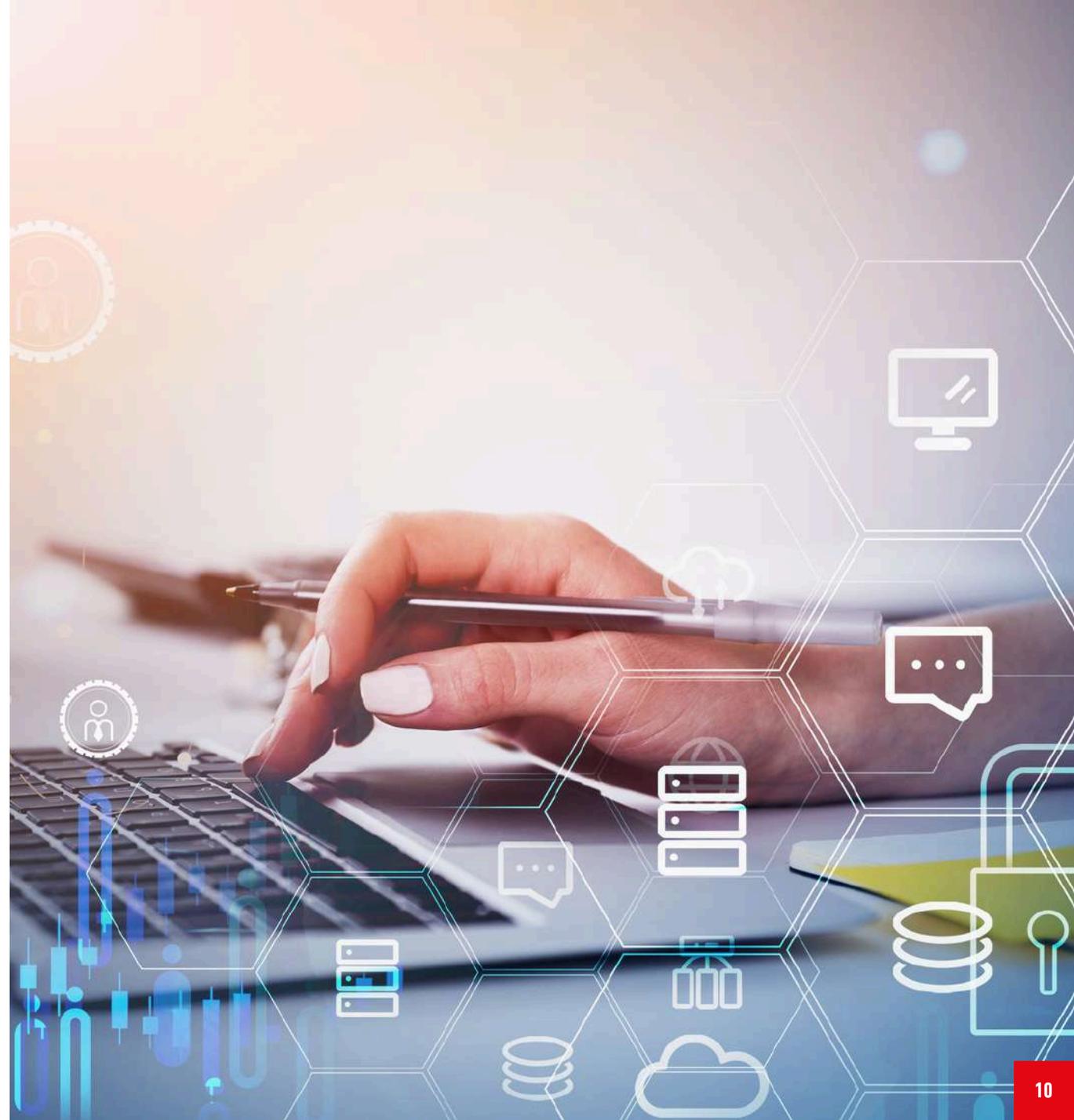
POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

BIG DATA PARA DATOS NO ESTRUCTURADOS

La era digital ha permitido que la gran cantidad de información que se genera a diario pueda ser procesada, analizada y transformada en datos relevantes que apoyen la toma de decisiones en las organizaciones. Sin embargo, la existencia de datos no estructurados hace que esta labor sea compleja y desafiante.

Este curso tiene como objetivo, entregar metodologías y herramientas para el procesamiento y análisis de bases no estructuradas, optimizando el uso de los datos disponibles, tareas, procesos y la toma de decisiones en la empresa.

De esta manera, se podrá conocer los principales tipos de bases de datos no relacionales (clave-valor, documentos, familia de columnas, grafos), las principales herramientas de administración de datos no relacionales (Cassandra, MongoDB, Redis, Azure Storage) y el flujo completo de un proyecto de Big Data con datos no estructurados, desde la ingesta hasta la visualización de datos.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Entregar metodologías y herramientas para el procesamiento y análisis de bases no estructuradas, optimizando el uso de los datos disponibles, tareas, procesos y la toma de decisiones en la empresa.

Razones para estudiar este programa:



Gracias a la gran cantidad de información que se genera a diario es posible procesarla, analizarla y transformarla en datos relevantes que apoyen la toma de decisiones.



Conocerás los principales tipos de BBDD no relacionales, las principales herramientas de administración de datos no relacionales y el flujo completo de un proyecto de Big Data con datos no estructurados.



Dada la variada naturaleza de los datos no estructurados, hay infinidad de posibles procesos relacionados que pueden mejorar los cursos de acción y procedimientos al interior de una organización.



Reconocerás el flujo completo en un proyecto de Big Data con datos no estructurados, desde la ingesta hasta la visualización de datos.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Introducción al Big Data.

- Conocer los conceptos básicos de Big Data, sus usos en las diferentes industrias y los roles y funciones más importantes.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es Big Data?
- Las V's.
- Casos de uso.
- Perfiles involucrados
- Otras disciplinas relacionadas: Qué no es Big Data.

Unidad 2

Los datos no estructurados y su diferenciación con datos estructurados.

- Comprender las principales características de los datos no estructurados, formatos y usos y su diferenciación con otros tipos de categorías de datos.

Lecciones de la unidad

- Datos estructurados.
- Ejemplos y casos de datos estructurados.
- Datos no estructurados.
- Ejemplos y casos de datos no estructurados.
- Datos semi estructurados.
- Ejemplos y casos de datos semi estructurados.
- Formatos comunes archivos NoSQL.

Unidad 3

Tipos de bases de datos no relacionales (NoSQL).

- Conocer los principales tipos de bases de datos no relacionales y sus usos.

Lecciones de la unidad

- Introducción a bases de datos NoSQL.
- Bases de datos de clave-valor.
- Base de datos de documentos.
- Base de datos de familia de columnas.
- Base de datos de grafos.
- Practicando lo aprendido.

Unidad 4

Sistemas de administración de datos no relacionales (No SQL).

- Conocer las herramientas principales de administración de datos no relacionales.

Lecciones de la unidad

- Cassandra.
- MongoDB.
- Redis.
- Couchdb.
- Cosmosdb.
- Azure Storage.
- Herramientas de administración.
- Practicando lo aprendido.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Arquitectura de Big Data.

- Analizar el flujo completo en un proyecto de Big data con datos no estructurados, desde la ingesta hasta la visualización de datos.

Lecciones de la unidad

- Batch vs Streaming.
- ETL vs ELT.
- Principales herramientas para la extracción y procesamiento Big Data.
- Visualización de datos (Ejemplo).
- Data Warehouse y Data Lake.
- Practicando lo aprendido.

Unidad 6

Big Data en la Nube.

- Determinar las diferencias de una solución on premise (local) con respecto a una implementación en la nube.

Lecciones de la unidad

- Sistemas Cloud en comparación con On Premise.
- Proveedores (AWS, GCP, AZURE).
- Modelos de Servicio (IAAS, PAAS, SAAS).
- Aprovisionamiento.

Unidad 7

Ecosistema HADOOP.

- Reconocer los componentes principales del ecosistema Hadoop y su función dentro de una arquitectura Big Data.

Lecciones de la unidad

- Introducción a Hadoop.
- Hadoop Distributed File System (HDFS).
- Map Reduce.
- Yarn.
- Spark.
- Hbase, Pig, hive.
- Azure HDInsight.

Clase Final Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

CURSO

BUSINESS INTELLIGENCE & DATA SCIENCE

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

BUSINESS INTELLIGENCE & DATA SCIENCE

Hoy, las personas encargadas del proceso de toma de decisiones se ven enfrentadas a una gran tarea que consiste en internalizar una enorme cantidad de información y de esta manera, tomar decisiones coherentes y ajustadas a las necesidades que requiere la organización.

Este curso tiene por objetivo aplicar metodologías y herramientas de Data Science desde un enfoque teórico, con el objetivo de actualizar conocimientos que permitan lograr maximizar la utilización de datos disponibles para generar valor en la toma de decisiones. De esta forma, el curso cubre los tópicos principales del flujo de trabajo usual de un proyecto de Data Science, entregando una visión general y actualizada sobre las herramientas necesarias para poder enfrentarse a datos de diversa procedencia, trabajar con ellos, visualizándolos y realizando una lectura y análisis comprensivo que dé paso a una interpretación acertada para poder generar valor a partir de los datos.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo aplicar estrategias de modelos de negocios para desarrollar una propuesta comercial en la era digital

Razones para estudiar este programa:



Podrás reconocer los conceptos de Big Data y Data Science aplicándolos en la empresa.



Comprenderás los aportes de la transformación digital reconociendo tecnologías e infraestructuras disponibles para el procesamiento de datos



Entenderás y aplicarás el flujo de trabajo de Data Science para la toma de decisiones en la empresa u organización.



Cuando los datos son bien utilizados, pueden proporcionar un gran valor para el negocio.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Big Data & Data Science aplicado a la empresa.

- Comprender qué es Business Intelligence, Big Data y Data Science, a partir del proceso de transformación digital actual para visualizar su impacto y los desafíos que implica su aplicación.

Lecciones de la unidad

- La era de los datos.
- La revolución de los datos y el Big Data.
- Variedad.
- Velocidad.
- Otros conceptos importantes.
- Impacto del Big Data y el Data Science en la empresa.
- ¿Qué necesitamos para obtener valor a partir de los datos?

Unidad 2

Tecnologías e infraestructuras de información.

- Reconocer las principales tecnologías e infraestructuras disponibles en el mundo digital para abordar proyectos de Big Data.

Lecciones de la unidad

- Conceptos principales de una infraestructura de Big Data.
- El Data Lake y el ecosistema Hadoop.
- Componentes tecnológicos de nuestra infraestructura.
- IaaS, PaaS, SaaS.

Unidad 3

Flujo de trabajo en un proyecto Data Science.

- Comprender el flujo de trabajo necesario para la implementación de un proyecto.

Lecciones de la unidad

- Metodologías CRISP (CRISP-DM).
- Etapa 2: Entender/Comprender los datos.
- Etapa 3: Preparación y tratamiento de los datos.
- Etapa 4: Modelamiento y evaluación.
- Etapa 5: Despliegue y paso a producción.
- El producto Mínimo Viable (MPV).

Unidad 4

Estadística y análisis descriptivo de datos.

- Aplicar herramientas estadísticas a partir de la ciencia de datos, para analizar y generar información valiosa para la empresa.

Lecciones de la unidad

- Entendimiento de los datos.
- Análisis exploratorio de datos.
- Etapas del análisis exploratorio de datos.
- Análisis descriptivo y estadístico de los datos.
- Relaciones entre variables.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Visualización de datos.

- Reconocer técnicas de visualización de datos que generen información útil para el análisis y la toma de decisiones en la empresa.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es una visualización?
- Consideraciones sobre el diseño de una visualización.
- Cómo hacer una visualización efectiva.

Unidad 6

Machine Learning.

- Conocer los modelamientos predictivos, sus lógicas para revisar y analizar algunas de sus aplicaciones.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es machine learning?
- Modelamiento estadístico: Las dos culturas.
- Tipos de Machine Learning.
- Machine Learning Supervisado.
- Familias y evaluación de modelos.

Unidad 7

Casos de uso de proyectos de Data Science.

- Conocer experiencias sobre modelamiento predictivo y sus lógicas en aplicaciones de la vida real.

Lecciones de la unidad

- Apliquemos lo aprendido.
- Caso N°2: Probabilidad de no pago.
- Caso N°3: Planificación de la producción de productos frescos.

Sesión Presencial/Streaming .

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.



Universidad de
los Andes

UANDES
online

CURSO

CONTROL DE GESTIÓN

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

CONTROL DE GESTIÓN

Los continuos avances tecnológicos y paradigmas informativos hacen que las empresas transformen digitalmente su modelo de negocio, estrategias y estructuras; esto requiere que los involucrados cuenten con herramientas modernas para el desarrollo exitoso del negocio.

En este contexto, el proceso de creación de valor, indicadores de gestión y la ventaja competitiva de una empresa necesariamente deben ser apoyados por procesos modernos de Control de Gestión.

Este curso entrega herramientas modernas de Control de Gestión de una manera sistemática, con elementos claves para tomar decisiones estratégicas en una organización.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo aplicar métodos y herramientas de control de gestión para emplear decisiones operativas y estratégicas en una empresa.

Razones para estudiar este programa:



Reconocerás el origen e implicancia del control de gestión y KPI's más importantes.



Identificarás puntos claves del negocio para realizar el Control de Gestión como costos fijos y variables, y bases de formulación de un presupuesto.



Identificarás la interacción de las partes de una organización afectadas por las decisiones estratégicas.



Reconocerás los 4 pilares del Balanced Scorecard.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Planificación estratégica y control de gestión.

- Conocer el origen e implicancia del control de gestión para relacionar sus indicadores a la estrategia de una empresa.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué entendemos por control de gestión?
- ¿Qué es estrategia?
- Misión de una organización.
- FODA y análisis de la industria.
- ¿Realmente somos buenos?
- Caso ejemplo: Supermercados en Chile.

Unidad 2

KPI.

- Identificar los indicadores de gestión que permitan definir aquellos que son relevantes para la estrategia del negocio.

Lecciones de la unidad

- KPI - Indicadores de gestión, Key Performance Indicators (KPI).
- Performance drivers.
- El caso de Nike.
- Guía on line: KPI.

Unidad 3

Finanzas operacionales y costos basados en actividades (ABC Costing).

- Identificar conceptos de costos fijos, variables y ABC Costing para indicar su impacto en la rentabilidad operacional de una empresa.

Lecciones de la unidad

- Necesidad de información de gestión.
- Costos fijos y variables.
- Problemas con la contabilidad tradicional.
- Modelo ABC Costing.
- 7 pasos de implementación del ABC.
- Un ejemplo práctico ABC Costing.

Unidad 4

Finanzas operacionales y presupuesto.

- Conocer bases y etapas de formulación de presupuesto para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos de una empresa.

Lecciones de la unidad

- Definición y objetivos del presupuesto.
- Tipos de presupuesto.
- Ciclo presupuestario.
- Cómo planificar un presupuesto anual?

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Análisis de desviaciones de presupuestos.

- Aplicar el método de análisis para interpretar la naturaleza de la desviación de un presupuesto.

Lecciones de la unidad

- Control presupuestario.
- Varianzas de presupuesto.
- Presupuesto flexible I.
- Presupuesto flexible II.
- Presupuesto flexible III.

Unidad 6

Balanced Scorecard: creación.

- Reconocer los componentes del Balanced Scorecard para identificar indicadores estratégicos de una empresa.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es el Balanced Scorecard?
- Plan estratégico tradicional.
- Mapas estratégicos.
- ¿Cómo seleccionar indicadores estratégicos asociados al Balanced Scorecard?
- Fases de un proceso del Balanced Scorecard.

Unidad 7

Balanced Scorecard: aplicación práctica.

- Aplicar los componentes del Balanced Scorecard para emplear indicadores estratégicos de una empresa.

Lecciones de la unidad

- Pasos para la construcción de un Balanced Scorecard.
- Dibujar el mapa estratégico.
- Fijar indicadores para cada objetivo y medirlos.

Clase Final Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

UANDES
online

CURSO

FELICIDAD Y BIENESTAR ORGANIZACIONAL

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

FELICIDAD Y BIENESTAR ORGANIZACIONAL

Hoy en día, en el que el entorno es altamente cambiante y competitivo y donde las personas quieren lograr un equilibrio adecuado entre su vida laboral y personal, las empresas han tomado conciencia de la importancia estratégica de contar con colaboradores motivados a los que deben cuidar, para lo que el diseño de estrategias de bienestar y felicidad organizacional se convierte en un camino a seguir.

Este curso surge de la necesidad de las empresas de contar con colaboradores que estén comprometidos con la organización y de esta manera poder retenerlos y que se transformen en una ventaja competitiva.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Analizar la importancia del bienestar y la felicidad en el trabajo y su vínculo con la estrategia para el logro de los objetivos organizacionales.

Razones para estudiar este programa:



El curso ofrece una perspectiva sobre el bienestar y la felicidad en el lugar de trabajo. Esto te proporcionará la capacidad de mejorar tus habilidades para garantizar el éxito de la organización.



Podrás conocer modelos de gestión de calidad y excelencia para alinear el bienestar y la felicidad organizacional con la estrategia.



Te ayudará a comprender mejor los conceptos de motivación, productividad y concentración, lo que te ayudará a desarrollar mejor tu trabajo.



El aumento del bienestar de los trabajadores puede resultar en un aumento de la productividad y una mayor satisfacción con su trabajo.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Introducción a la Felicidad Organizacional.

- Analizar la evolución del concepto Felicidad Organizacional.

Lecciones de la unidad

- La eterna búsqueda de la Felicidad.
- La Gestión de Personas en el tiempo.
- El concepto de Felicidad organizacional.
- Felicidad y liderazgo.
- Felicidad organizacional y objetivos estratégicos.
- Miradas críticas al concepto de Felicidad Organizacional.
- Cultura organizacional.
- Relación entre cultura y felicidad organizacional.

Unidad 2

Factores claves para la Felicidad.

- Distinguir los variables claves de la Gestión sutil y su relación con la Felicidad Organizacional.

Lecciones de la unidad

- Factores claves para la Felicidad.
- Modelo de Gestión sutil.
- Liderazgo como factor clave.
- El clima propicio para la Felicidad.
- Compromiso.
- Reconocimiento.
- Satisfacción.
- Conclusiones.

Unidad 3

Motivación y sentido del trabajo.

- Identificar las claves de la motivación en el contexto organizacional.

Lecciones de la unidad

- Motivación y sentido del trabajo.
- Teorías sobre motivación.
- Diferencias entre motivación intrínseca y extrínseca.
- La experiencia del colaborador.
- Motivación y disciplina.
- Conclusiones.

Unidad 4

Modelos de Felicidad Organizacional.

- Identificar diversos modelos de Felicidad Organizacional.

Lecciones de la unidad

- Modelos de Felicidad Organizacional.
- Modelo PERMA.
- Modelo Hero.
- Modelo de Felicidad Organizacional.
- Conclusiones.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Mediciones y evaluación de la Felicidad Organizacional.

- Identificar distintos métodos que permiten medir la Felicidad Organizacional.

Lecciones de la unidad

- Mediciones y evaluación de la Felicidad Organizacional.
- People analytics.
- Índica Global de Felicidad.
- Otros Índices de Felicidad Organizacional.
- Instrumentos para medir la Felicidad en el ambiente laboral.
- Medición de la felicidad laboral en Chile.
- Conclusiones.

Unidad 6

Estrategias para promover la Felicidad Organizacional.

- Identificar estrategias de gestión de personas que promuevan la Felicidad Organizacional.

Lecciones de la unidad

- Estrategias para promover la Felicidad Organizacional.
- Modelo de Gestión Estratégica de la Felicidad.
- Otras prácticas de felicidad organizacional.
- Algunas ideas sobre el cambio.
- Conclusiones.

Unidad 7

Buenas prácticas para la Felicidad Organizacional.

- Distinguir buenas prácticas de empresas reales que tienen altos índices de Felicidad Organizacional.

Lecciones de la unidad

- Buenas prácticas para la felicidad organizacional.
- Experiencias internacionales - Parte 1.
- Experiencias internacionales - Parte 2.
- Caso destacado: Google.
- Felicidad organizacional en empresas chilenas.
- Índice de Felicidad en Chile.
- Algunas ideas respecto a Diversidad y Felicidad.
- Conclusiones del módulo y del curso.

Sesión Presencial/Streaming.

1. El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

UANDES
online

CURSO

GESTIÓN DE PERSONAS

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

GESTIÓN DE PERSONAS

El papel de las personas en las organizaciones empresariales ha cambiado mucho. En el siglo XIX y principios del XX, los empleados solo se consideraban trabajadores dedicados a trabajos mecánicos, sin valor agregado y de fácil reemplazo.

Posteriormente, surgió un nuevo concepto de Recursos Humanos, el cual consideraba a las personas como recursos importantes que deben ser administrados y organizados adecuadamente para ayudar a que la empresa funcione sin problemas.

En la actualidad, se han tomado más medidas. La mayoría de las empresas se dan cuenta de que, para tener éxito y mantener una ventaja competitiva, deben elegir sus equipos profesionales, y en la medida de lo posible, inspirarlos y potenciar sus talentos para tratar de mantener profesionales satisfechos, felices y que entreguen buenos resultados.

En esto se basa la importancia de saber gestionar el capital humano con un carácter estratégico, buscando incrementar su valor y eficiencia para lograr su misión a través del desarrollo de las personas y su alineamiento entorno a valores y a una visión compartida y conjunta.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo emplear las estrategias, procesos y prácticas claves de la dirección y gestión de personas para incrementar su valor y eficiencia dentro de una organización.

Razones para estudiar este programa:



Comprenderás las tendencias de la gestión de personas para identificar los procesos adaptativos necesarios a las nuevas formas de gestionar en contextos cambiantes.



Podrás identificar las estructuras, descripciones y análisis de cargo de los puestos de trabajo que componen la organización para agilizar los procesos de esta.



Identificarás los procesos de reclutamiento, selección e inducción que les permitan contribuir al logro de los objetivos profesionales y personales del talento humano en una organización.



Comprenderás las herramientas fundamentales de la gestión del desempeño, para medir los progresos en la consecución de los objetivos de negocio de una organización.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Las personas como estrategia organizacional.

- Reconocer las estrategias de gestión de personas y su vinculación con las estrategias organizacionales, para favorecer la eficiencia productiva y el clima interno de la compañía.

Lecciones de la unidad

- Modelo de gestión de personas.
- Evolución en la gestión de personas.
- ¿Cómo la gestión de personas añade valor a la estrategia organizacional?
- ¿Cómo desarrollar la estrategia de personas?

Unidad 2

Estructura y cargos.

- Identificar las estructuras, descripciones y análisis de cargo de los puestos de trabajo que componen la organización, para agilizar los procesos de esta.

Lecciones de la unidad

- Análisis de una estructura organizacional.
- Diseño organizacional.
- Análisis de cargos.

Unidad 3

Reclutamiento, selección e inducción.

- Identificar los procesos de reclutamiento, selección e inducción que favorezcan el funcionamiento de una organización.

Lecciones de la unidad

- Subsistema de selección.
- Tipos de reclutamiento.
- Etapas del proceso de reclutamiento.
- Tipos de evaluaciones con fines laborales.
- La entrevista como instrumento clave en el proceso de selección.
- Inducción: una práctica de alto impacto.

Unidad 4

Formación y desarrollo.

- Identificar los medios de detección de necesidades de capacitación al interior de una organización para incrementar las competencias laborales de sus colaboradores y equipos de trabajo.

Lecciones de la unidad

- Conceptos implícitos en el proceso de formación y desarrollo.
- La función de la capacitación.
- Etapas e instrumentos que dan forma al diagnóstico.
- Elaboración de un plan de capacitación.
- Seis acciones clave para la capacitación exitosa.
- Capacitación y desarrollo de carrera.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

Unidad 5 Compensaciones.

- Comprender el rol estratégico y táctico de las compensaciones en la gestión de las personas para fomentar el compromiso en el desempeño de estas y así favorecer el desarrollo, estabilidad y crecimiento de la organización.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué se entiende por compensación?
- La compensación total.
- ¿Cómo analizar la compensación extrínseca?
- Estructura de compensaciones.

Unidad 6 Gestión del desempeño.

- Comprender las herramientas fundamentales de la gestión del desempeño para medir los progresos en la consecución de los objetivos de negocio de una organización.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es la gestión del desempeño?
- Reunión inicial e intermedia.
- Evaluación.
- Retroalimentación.
- ¿Cómo recibir la retroalimentación?
- 5 Prácticas innovadoras en la gestión del desempeño.

Unidad 7 Tendencias en la gestión de personas.

- Comprender las tendencias en la gestión de personas para identificar los procesos adaptativos necesarios a las nuevas formas de gestionar en contextos cambiantes.

Lecciones de la unidad

- Contexto global.
- El desafío de transformarse.
- Los tres desafíos futuros para gestionar personas.
- Desafío 2: Reconocer que la pandemia ha cambiado la forma en que se desarrolla, involucra y guía el talento.
- Desafío 3: Cerrar la brecha de la coherencia entre líderes y equipos.

Sesión Presencial/Streaming .

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

CURSO

GESTIÓN DEL TALENTO

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

GESTIÓN DEL TALENTO

El entorno y evolución del mercado hace que sea prioritario definir, gestionar y medir el talento para competir de manera eficaz. Para ello cada organización necesita decidir dónde juega, con qué recursos cuenta y qué pretende ganar con aquello.

Desarrollar talento es una de las mejores maneras de asegurar que la organización tenga líderes que se necesitarán para un futuro cambiante y desafiante.

Es por esto que las organizaciones de hoy buscan continuamente formas de mejorar sus decisiones sobre el talento para minimizar el riesgo de una mala contratación o promoción, y para asegurar que los esfuerzos individuales estén alineados con las metas organizacionales.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo aplicar herramientas estratégicas de gestión de talentos para potenciar el desarrollo de la Gestión de Personas de una organización.

Razones para estudiar este programa:



Entenderás la importancia del proceso de gestión del talento como estrategia clave de una organización.



Reconocerás el talento como elemento diferenciador para comprender la importancia del desarrollo profesional de la organización.



Aprenderás a conocer las competencias más valoradas en la gestión de talento para el logro de las metas.



Comprenderás el rol del líder en la gestión de talento para optimizar la productividad del capital humano en una organización.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Gestión del talento: Proceso clave.

- Reconocer la gestión del talento como proceso clave en un mercado competitivo y globalizado en constante evolución en las organizaciones.

Lecciones de la unidad

- Origen y evolución de la gestión del talento en las organizaciones.
- Importancia y objetivos de la gestión del talento.
- Beneficios de la gestión del talento.
- Gestión del talento para la nueva generación y tendencias actuales.

Unidad 2

Desarrollo del talento basado en competencias.

- Reconocer el talento como un elemento diferenciador para la comprensión de la importancia del desarrollo profesional de la organización.

Lecciones de la unidad

- El talento como elemento diferenciador.
- Competencias laborales.
- Dirección por competencia.
- Análisis de potencial.

Unidad 3

Gestión de competencias.

- Identificar habilidades, actitudes y comportamientos claves del capital humano para el desarrollo de sus funciones alineadas con la estrategia.

Lecciones de la unidad

- Modelo de competencias.
- Competencias directivas.
- El perfil de competencias.
- Plan de desarrollo de competencias.

Unidad 4

Motivaciones y expectativas de los colaboradores.

- Reconocer la importancia de la motivación en la organización para fortalecer el compromiso de los equipos de trabajo.

Lecciones de la unidad

- Motivación del personal.
- Ciclo de motivación.
- Factores que obstaculizan la vida y el trabajo.
- Hablemos de confianza.
- Confianza en sí mismo.
- Clima laboral y organizacional.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Nuevas formas de trabajo.

- Identificar las competencias más valoradas en la gestión del talento para el logro y consecución de las metas de la organización.

Lecciones de la unidad

- Desempeño y competencias.
- Gestión del tiempo.
- Toma de decisiones.
- Comunicación eficaz.
- Adaptabilidad al cambio.
- Orientación al resultado.
- Pensamiento creativo.

Unidad 6

El líder en la gestión de talento.

- Reconocer el rol del líder en la gestión del talento en una organización para optimizar la productividad del capital humano.

Lecciones de la unidad

- Liderazgo en el siglo XXI
- Construyendo equipos exitosos.
- Equipo de trabajo.
- Relaciones interpersonales.
- Inteligencia emocional.

Unidad 7

Manejo de carrera.

- Reconocer el rol del líder en la gestión de talento en una organización para optimizar la productividad del capital humano.

Lecciones de la unidad

- Gestión de carrera.
- Administración de la carrera: conceptos clave.
- Marca personal.
- Networking.

Sesión Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

CURSO

INTELIGENCIA EMOCIONAL

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

INTELIGENCIA EMOCIONAL

Este curso está diseñado para entregar herramientas clave a los estudiantes a fin, con el objetivo de que comprendan y gestionen sus emociones o las de otros en el trabajo. Podrán aplicar los principios de la inteligencia emocional mejorando su liderazgo y fomentando relaciones interpersonales saludables que aumenten su eficacia personal y la grupal en entornos dinámicos y desafiantes.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Desarrollar habilidades para el manejo emocional, comunicarse de manera efectiva y construir relaciones interpersonales exitosas en el entorno laboral.
- Aplicar técnicas y herramientas de inteligencia emocional para el liderazgo efectivo de equipos de trabajo.
- Reconocer la relación que existe entre productividad de los equipos de trabajo y la inteligencia emocional.
- Describir cómo influyen las emociones en el liderazgo de equipos de trabajo.



CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

¿Por qué la inteligencia emocional es importante dentro de las organizaciones?

- Reconocer el concepto de inteligencia emocional, su importancia en entornos laborales y algunas técnicas para fortalecer la competencia socioemocional.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es la Inteligencia Emocional (IE)?
- ¿Cómo contribuye la IE al éxito en el lugar trabajo?
- IE: ¿Se nace o se hace?
- Caso 1: Vuelo Cancelado - Una Historia.
- Caso 2: Elon Musk.

Unidad 2

Explorar el mundo emocional.

- Aplicar herramientas de gestión emocional, reestructuración cognitiva y comunicación asertiva.

Lecciones de la unidad

- Descubrir las emociones.
- Desarrollar la asertividad y cómo expresarse con seguridad.
- ¿Por qué es importante el autocuidado emocional?

Unidad 3

Conectar con los demás.

- Comprender cómo comunicarse de manera efectiva con los demás y construir relaciones interpersonales exitosas en el entorno laboral.

Lecciones de la unidad

- Conectar con los demás a través de la empatía.
- Toma de decisiones responsables
- Construir relaciones interpersonales efectivas: trabajo en equipo.

Unidad 4

Adaptarse a los cambios.

- Aplicar técnicas y herramientas de inteligencia emocional para resolver problemas, evaluar la realidad y desarrollar flexibilidad emocional.

Lecciones de la unidad

- Aprender a resolver problemas de manera emocionalmente inteligente.
- Evaluar inteligentemente la realidad.
- Adaptarse con éxito: Desarrollando la flexibilidad emocional.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Manejo de las emociones en el ámbito laboral

- Identificar las principales fuentes de estrés y su impacto en el bienestar emocional y físico, con especial atención al contexto laboral.
- Reconocer y aplicar estrategias de manejo del estrés y control de impulsos, basadas en la competencia socioemocional para minimizar sus efectos negativos, mejorando así la resiliencia y la productividad en el entorno profesional.

Lecciones de la unidad

- Entender el estrés.
- Técnicas para la tolerancia al estrés.
- Desarrollar estrategias para el autocontrol.

Unidad 6

Competencia socioemocional y nuevas tendencias.

- Analizar las evidencias en neurociencia en relación a la competencia socioemocional para fortalecer las relaciones interpersonales en el entorno laboral.

Lecciones de la unidad

- Neurociencia.
- Mindfulness.
- Empatía.
- Resiliencia.
- Escucha activa.
- Comunicación efectiva.

Unidad 7

Liderazgo y Competencia socioemocional.

- Aplicar técnicas y herramientas de inteligencia emocional para el liderazgo efectivo de equipos de trabajo.

Lecciones de la unidad

- Influir e inspirar a los demás.
- Recibir y entregar feedback.
- Aprender a manejar conflictos.

Sesión Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

UANDES
online

CURSO

LIDERAZGO EN LA ERA DIGITAL

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

LIDERAZGO EN LA ERA DIGITAL

La era digital trae nuevos retos, pero también trae nuevas herramientas para los líderes de empresas y otros tipos de organizaciones. En este curso, los participantes descubrirán las diferencias entre el liderazgo en la era digital y el liderazgo tradicional, y desarrollarán un conjunto de herramientas personalizadas para aumentar su éxito como líderes de personas y participantes en proyectos de cambio.

Además, los estudiantes aprenderán a desarrollar competencias que permitan un pensar y actuar estratégicos, ampliando los análisis desde una perspectiva reflexiva, cuestionadora e integradora, y conectando aspectos que aparentan ser inconexos, para así mejorar la toma de decisiones.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo preparar un plan de liderazgo que permita desarrollar habilidades digitales en la gestión de equipos de trabajo.

Razones para estudiar este programa:



Conocerás desde un punto de vista histórico, los diversos estilos de liderazgo para reconocer el origen de su organización.



Relacionarás las mega tendencias tecnológicas-sociales con los diversos estilos de liderazgo para comprender el desafío de los líderes en los nuevos modelos de negocio.



Reconocerás las características y desafíos de la era digital para así hacer uso de herramientas de liderazgo en el nuevo contexto organizacional, identificando las características del management 3.0.



Comprenderás la importancia de liderar el proceso de transformación organizacional para hacer uso de las herramientas concretas de gestión de cambio.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

El liderazgo y su recorrido histórico.

- Reconocer las bases teóricas del liderazgo y evolución de los enfoques más representativos.

Lecciones de la unidad

- Breve reseña.
- Caracterología.
- Teoría de Contingencia.
- Nuevas tendencias en liderazgo.

Unidad 2

Enfoque integral del liderazgo.

- Identificar un enfoque integral de las competencias de liderazgo en tres áreas fundamentales: personal, de equipos y de la organización.

Lecciones de la unidad

- Conoce tu brecha de liderazgo.
- Las cinco prácticas de liderazgo.
- Cultura, Tecnología y Modelos de Negocio.
- El ejecutivo de la próxima generación y Convertirse en gerente.
- Conviértete en un Knowmad (Nómada del conocimiento).
- Marca Personal.

Unidad 3

Megatendencias y nuevos modelos de negocios.

- Relacionar las megatendencias tecnológicas y sociales con los estilos de liderazgo y su impacto como factor clave de éxito en los nuevos modelos de negocios en la era digital.

Lecciones de la unidad

- Análisis de las megatendencias.
- Las megatendencias tecnológicas.
- Las megatendencias sociales.
- Los nuevos modelos de negocios.

Unidad 4

Desafíos de la Era Digital.

- Reconocer los desafíos del liderazgo en la era digital para la selección y uso de herramientas en el nuevo contexto organizacional.

Lecciones de la unidad

- Introducción de nuevas tecnologías.
- Los cambios en el campo laboral.
- Características de las organizaciones.
- Importancia del propósito.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Nuevas formas de trabajo.

- Reconocer el Management 3.0 como un modelo que permite generar nuevos hábitos de liderazgo en su equipo de trabajo.

Lecciones de la unidad

- La nueva organización.
- Desafío de las organizaciones.
- Liderazgo Digital.
- Management 3.0
- Feedback continuo.
- Una cultura única se vuelve a factor diferenciador.

Unidad 6

Nuevas formas de trabajo colaborativo.

- Distinguir las características de las nuevas formas de trabajo colaborativo para la conformación de equipos en la era digital.

Lecciones de la unidad

- Los principios del manifiesto ágil.
- Design Thinking.
- Lean Startup y Kaizen.
- Agile Scrum.
- Canvas de modelo de negocio.
- Metodología de KANBAN.
- El backlog y Paneles Trello.
- Reuniones de equipo.

Unidad 7

Organizaciones multigeneracionales. equipos de alto rendimiento y cambios post covid-19.

- Identificar las estrategias para ejercer el liderazgo en las organizaciones multigeneracionales y equipos de alto desempeño.

Lecciones de la unidad

- Funcionamiento de los equipos y variabilidad.
- Intervenciones en los diferentes tipos de equipos.
- Organizaciones multigeneracionales y diversas.
- Tendencias en Gestión del Desempeño.
- Ser emocionalmente ágiles en las crisis.

Sesión Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

UANDES
online

CURSO

LOGÍSTICA DE ÚLTIMA MILLA

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

LOGÍSTICA DE ÚLTIMA MILLA

La última milla es el paso final del proceso de entrega desde un centro o instalación de distribución hasta el usuario final. Permite a las empresas enviar más productos a los consumidores finales de manera más eficiente y rentable, lo que es clave, tanto en el comercio electrónico como en la cadena de suministro omnicanal.

El objetivo del curso es reconocer las bases de la gestión logística, que permitan apoyar la toma de decisiones a nivel táctico y estratégico en una organización dedicada a la distribución de última milla. Podrás comprender los beneficios relacionados a la logística de última milla, sus desafíos, cómo impacta el comercio electrónico y las cadenas de suministro, por qué evoluciona y cómo contribuye la tecnología.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Reconocer las bases de la gestión logística que permitan apoyar la toma de decisiones a nivel táctico y estratégico en una organización dedicada a la distribución de última milla.

Razones para estudiar este programa:



Una empresa puede diferenciarse por sobre otra al ofrecer un excelente servicio de última milla. Manejar este concepto te permitirá destacar y lograr una oferta de valor mayor.



Con una buena logística de última milla entregarás los productos por un costo de envío más bajo, en la modalidad que el cliente quiere y en el lugar correcto, lo que aumentará su fidelidad.



Un buen sistema de logística y distribución soluciona muchos de los problemas que pueden surgir en la última etapa de la gestión de un pedido y hace más eficientes los procesos en una empresa.



Podrás mejorar la experiencia de los usuarios, ya que un buen sistema de distribución también automatiza los procesos, optimizando el trabajo y cumpliendo con las expectativas de tus clientes.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

Transporte de última milla.

- Conocer temáticas relacionadas con el reparto de última milla, que permitan la toma de decisiones adecuadas a las necesidades de distribución.

Lecciones de la unidad

- Distribución de última milla.
- Tendencias en el reparto.
- Tecnologías aplicadas.
- Identificar puntos de reparto.
- Evaluación de los costos.
- Desafíos en la distribución de la última milla.

Unidad 2

La última milla en la cadena de suministro.

- Reconocer aspectos fundamentales de la cadena de suministro y su relación con el transporte de última milla.

Lecciones de la unidad

- La cadena de suministro.
- Actores de la cadena de suministro.
- Participación de la última milla en la cadena de suministro.
- Nivel de servicio.
- Indicadores del rendimiento de la última milla en la cadena de suministro.

Unidad 3

Optimización de picking.

- Comprender el proceso de picking como parte indispensable para una eficiente de distribución de última milla.

Lecciones de la unidad

- Picking, punto clave en el desarrollo de la última milla.
- Algunas tecnologías aplicadas al proceso de picking.
- Espacios de picking dentro del almacén.
- Flujo de trabajo y ruteo.
- Optimización del proceso de picking.
- Picking 4.0.

Unidad 4

Definición de rutas óptimas.

- Conocer herramientas adecuadas para definir rutas, que permitan optimizar el proceso de distribución de última milla.

Lecciones de la unidad

- Representación de la red.
- La ruta mínima.
- El problema de ruteo de vehículo.
- Problema del vendedor viajero.
- Aplicación de métodos de ruteo en la última milla.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Metodologías de optimización para problemas de última milla.

- Identificar metodologías que permitan optimizar el proceso de distribución de última milla.

Lecciones de la unidad

- Toma de decisiones en procesos logísticos.
- Análisis de incertidumbre en diferentes escenarios.
- ¿Qué es la simulación?
- Simulación, su aplicación en la optimización del proceso de distribución de última milla.
- Conceptos de modelación para la optimización del proceso.
- Conceptos económicos asociados a la optimización.

Unidad 6

Cuarta revolución industrial y la distribución de última milla.

- Caracterizar la relación existente entre la cuarta revolución industrial y la distribución de última milla, como parte integral de la cadena de suministro.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué se entiende por cuarta revolución industrial?
- Pilares de la cuarta revolución industrial.
- Cuarta revolución industrial en la cadena de suministro.
- La Cuarta Revolución industrial en América Latina.
- Movimiento en Chile para la aplicación de la cuarta revolución industrial y su hoja de ruta.

Unidad 7

Última milla 4.0.

- Relacionar los avances de la cuarta revolución industrial con el proceso de distribución de la última milla.

Lecciones de la unidad

- Aplicando la cuarta revolución industrial en la última milla.
- Problemáticas en el picking.
- Problemáticas en el ruteo.
- Selección de la flota.
- Distribución 4.0 sustentable.

Clase Final Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.



Universidad de
los Andes

UANDES
online

CURSO

MARKETING DIGITAL

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA



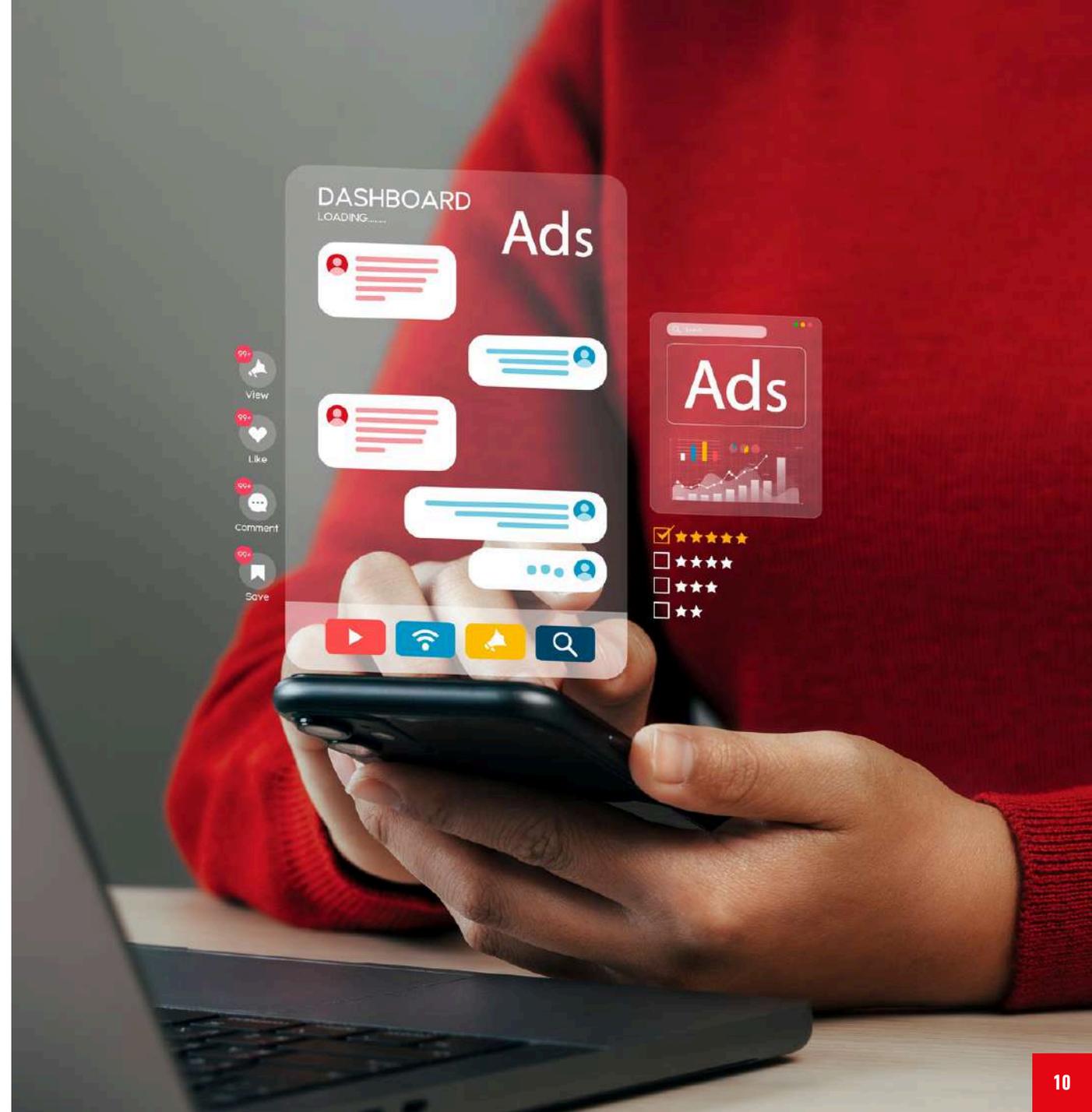
MARKETING DIGITAL

Su orientación es entregar conocimientos conceptuales y prácticos para entender cómo se gestiona la Estrategia de Marketing Digital en la actualidad. De esta manera, los contenidos realzan la aplicación de estrategias de comercialización a través del uso de medios digitales.

La organización de los contenidos de este curso ha sido en función de dos unidades de aprendizaje.

La primera de ellas, de carácter introductorio al mundo del marketing. En esta sección se estudiarán los conceptos centrales que permitirán la comprensión de los contenidos, sentando una base para la siguiente unidad.

La segunda unidad, se enfoca en diversas técnicas que dan forma a la Estrategia de Marketing, entregando al estudiante la posibilidad de comprender cómo gestionarlas con el objetivo de establecer mejoras en un negocio en específico.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo aplicar estrategias de marketing a partir del uso de recursos digitales para emplearlas en el diseño, desarrollo y gestión de un negocio digital.

Razones para estudiar este programa:



Reconocerás los cambios que ha experimentado el marketing con la transformación digital.



Comprenderás la estrategia de marketing en el diseño e implementación de un negocio



Identificarás herramientas de marketing digital para el diseño e implementación de un negocio.



Hoy en día las nuevas tecnologías y los medios digitales son parte esencial de todas las organizaciones, tanto empresas públicas como privadas.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

¿Qué es el Marketing Digital?

- Analizar y reconocer los rasgos y características del marketing digital.

Lecciones de la unidad

- Marketing Tradicional vs Marketing Digital.
- ¿Marketing o Publicidad?
- Ventajas y desventajas del Marketing Digital.
- La importancia del Plan de Marketing Digital y sus pasos.
- El nuevo consumidor digital.
- El nuevo comportamiento digital.

Unidad 2

Transformación digital y marketing. ¿Cómo cambia el marketing con lo digital?

- Identificar en qué consiste el proceso de transformación digital, reconociendo su efecto e importancia para la implementación de un negocio digital.

Lecciones de la unidad

- Orígenes de la Transformación digital.
- Factores centrales de la transformación digital en marketing.
- Transformación Digital: ¿Cómo cambia el Marketing con lo Digital?
- Estrategia de Marketing Digital: Consideraciones operativas y estratégicas.

Unidad 3

La estrategia de marketing digital y sus variables.

- Analizar diversas estrategias de Marketing Digital.

Lecciones de la unidad

- El modelo de Negocios.
- Las 4C del Marketing Digital.
- Promoción con Marketing Digital.
- Proceso de conversión.
- El funnel o embudo de conversión.
- Principales estrategias para lograr mis objetivos.

Unidad 4

La importancia de los canales, el embudo de conversión y la analítica.

- Reconocer el canal adecuado para la implementación de campañas de adquisición de audiencias, y comprende la importancia de las métricas para evaluar nuestro negocio.

Lecciones de la unidad

- Selección de canales; ¿De dónde viene cada venta?
- La importancia de la parte alta del funnel: Branding y Atracción.
- Inbound vs Outbound Marketing.
- Tipos de Tráfico Web: “Los distintos canales para llegar a nuestros clientes”.
- Tráfico de Referidos.
- Tráfico Directo y Tráfico Redes Sociales.
- La importancia de las métricas y la analítica.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

Analíticas y Métricas.

- Distinguir el aporte de la analítica y las métricas para conocer el desempeño de nuestro negocio.

Lecciones de la unidad

- Medios de comunicación.
- Medición en acción; La parte media y baja del funnel.
- Marketing de influencers.
- La importancia de las redes sociales.
- Métricas: CTR, CPA, ROI, Tasa de Conversión.
- Content Marketing/ Email Marketing.
- Definiendo los KPI.

Unidad 6

Herramientas de Marketing Digital.

- Implementar y aplicar distintas herramientas para la elaboración de un plan de Marketing Digital.

Lecciones de la unidad

- Herramientas de marketing digital: Facebook Ads.
- Herramientas de marketing digital: Google Ads.
- ¿Cómo generar, distribuir y dar visibilidad a tus contenidos?
- Para promover tu negocio: WhatsApp Business.
- Para administrar tu negocio y mejorar la experiencia con tus clientes.

Unidad 7

Marketing Digital y Plan de Medios.

- Reconocer las ventajas del Marketing Digital para la creación de un plan de medios adecuados para tu negocio.

Lecciones de la unidad

- ¿Qué es un plan de medios?
- Técnicas de Rentabilización de la Inversión.
- Tarea práctica: Elaboración plan de mejora.

Clase Final Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.

CURSO

NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA

NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Los conflictos y tensiones entre las personas son inevitables y están presentes en todos los dominios de nuestra existencia y de las organizaciones. De esta manera, surge la necesidad de interpretar el fenómeno de la negociación como una actividad humana que aprendemos y desarrollamos a lo largo de nuestras vidas y que se sostiene en la construcción de un espacio de relaciones efectivas, saludables y confiables en el futuro.

Es por ello, que este curso está orientado a la entrega de conocimientos conceptuales y prácticos para reconocer hipótesis de posibles conflictos; técnicas básicas de negociación y resolución de estos; de igual forma, métodos institucionalizados para conocer los conflictos, ya sea prejudiciales (mediación) como judiciales.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Este curso tiene como objetivo aplicar técnicas de negociación, a través de diversas distinciones conceptuales, comunicacionales y emocionales para así emplear estrategias de resolución colaborativa de los conflictos.

Razones para estudiar este programa:



Saber cómo evitar conflictos siempre ha sido importante en las relaciones interpersonales, pero cada vez lo es más en el plano laboral.



Si no se procede oportuna y adecuadamente a la solución de posibles conflictos, esto puede tener una repercusión negativa sobre los equipos de trabajo.



Si los conflictos son bien conducidos facilitan la comunicación entre las personas, evitan fricciones innecesarias y promueven la responsabilidad.



Los conflictos pueden ser una oportunidad de cambio positivo al interior de empresas u organizaciones.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 1

El Conflicto y la negociación.

- Comprender el concepto de conflicto como una oportunidad para adquirir una herramienta como la negociación, la cual es clave para la resolución de conflictos.

Lecciones de la unidad

- El conflicto y sus definiciones.
- Clasificaciones de los conflictos.
- Principales modelos de conflictos.
- La teoría de juegos.
- Diálogo democrático.
- La negociación.
- Importancia de la negociación.
- Tipos de negociación.
- Principios de la negociación.
- Proceso de los negocios.

Unidad 2

Tipos de negociación y sus distintos escenarios.

- Reconocer la implicancia de los distintos escenarios de conflicto para el empleo de las diversas técnicas de negociación.

Lecciones de la unidad

- Tipos de negociación:
- Criterios para elegir el tipo de negociación.
- Emplazamiento de la negociación.

Unidad 3

Estrategias de negociación.

- Identificar conceptos fundamentales y distintas estrategias para responder de forma efectiva en un proceso de negociación.

Lecciones de la unidad

- Preparando una negociación.
- Estrategias de negociación.
- 7 elementos clave en una negociación.
- Paradigma colaborativo.

Unidad 4

Tácticas de negociación.

- Identificar tácticas estratégicas que permitan alcanzar de forma efectiva acuerdos en el proceso de la negociación.

Lecciones de la unidad

- Introducción a las táctica de negociación.
- Tácticas aplicadas en el ámbito de la administración empresarial.
- Recomendaciones antes de iniciar una negociación.
- Ejercicio práctico: Caso del “Minero”.

Clase Intermedia.

- Clase con el profesor del curso, donde se abordarán los contenidos de las 4 primeras unidades.

CONTENIDO

CURSO

Unidad 5

La mediación, sus dimensiones y técnicas.

- Reconocer las dimensiones de la mediación como forma de resolución de conflictos. Asimismo, identificarás las características del mediador para reconocer las diferentes tácticas a ejecutar en el proceso de mediación.

Lecciones de la unidad

- La mediación.
- Dimensiones de la mediación.
- Principios de la mediación.
- Enfoques de la mediación.
- Condiciones para la negociación y mediación.
- Roles del mediador.
- Tácticas de mediación.

Unidad 6

Ámbitos de aplicación de la mediación.

- Identificar los principales ámbitos de intervención de la mediación para reconocer su aplicación práctica.

Lecciones de la unidad

- Ejercicio de Mediación, el caso bibliotecario.
- La mediación y sus diferentes ámbitos.
- Mediación educativa.
- Mediación en las organizaciones.
- Mediación en la comunidad.
- Mediación intercultural.

Unidad 7

Liderazgo: Negociaciones a las que se enfrenta un líder y cómo resolver conflictos.

- Identificar aspectos fundamentales del liderazgo, las habilidades y funciones básicas, enfocados en el dominio de la comunicación y las relaciones, centradas en la negociación, con el propósito de solventar de forma colaborativa los diversos conflictos.

Lecciones de la unidad

- Liderazgo: las características y habilidades de un liderazgo estratégico.
- La negociación como habilidad clave para el liderazgo.
- Liderazgo e inteligencia emocional.
- Componentes de la inteligencia emocional.
- Ejercicio de autoevaluación acerca de los estilos de liderazgos.

Sesión
Presencial/Streaming.

- El docente hará una clase final integrando todo el contenido del curso.