

ADMISIÓN **2024**

CURSOS

ONLINE Y SEMIPRESENCIALES

POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA



> IR POR MÁS

ESTUDIA A TU RITMO DESDE CUALQUIER LUGAR

Con nuestra metodología online y semipresencial podrás estudiar a tu ritmo y desde cualquier lugar. Cada curso está compuesto de siete módulos online asincrónicos en plataforma CANVAS, junto con una clase intermedia online sincronica con el o la docente del curso y una clase final en la Universidad de los Andes o bien, online sincrónica.

7 MÓDULOS **ONLINE ASINCRÓNICOS** + **1** **SESIÓN ONLINE SINCRÓNICA** + **1** **SESIÓN PRESENCIAL (MODALIDAD SEMIPRESENCIAL) O EN VIVO - ONLINE (MODALIDAD ONLINE)**



8 semanas = 91 horas

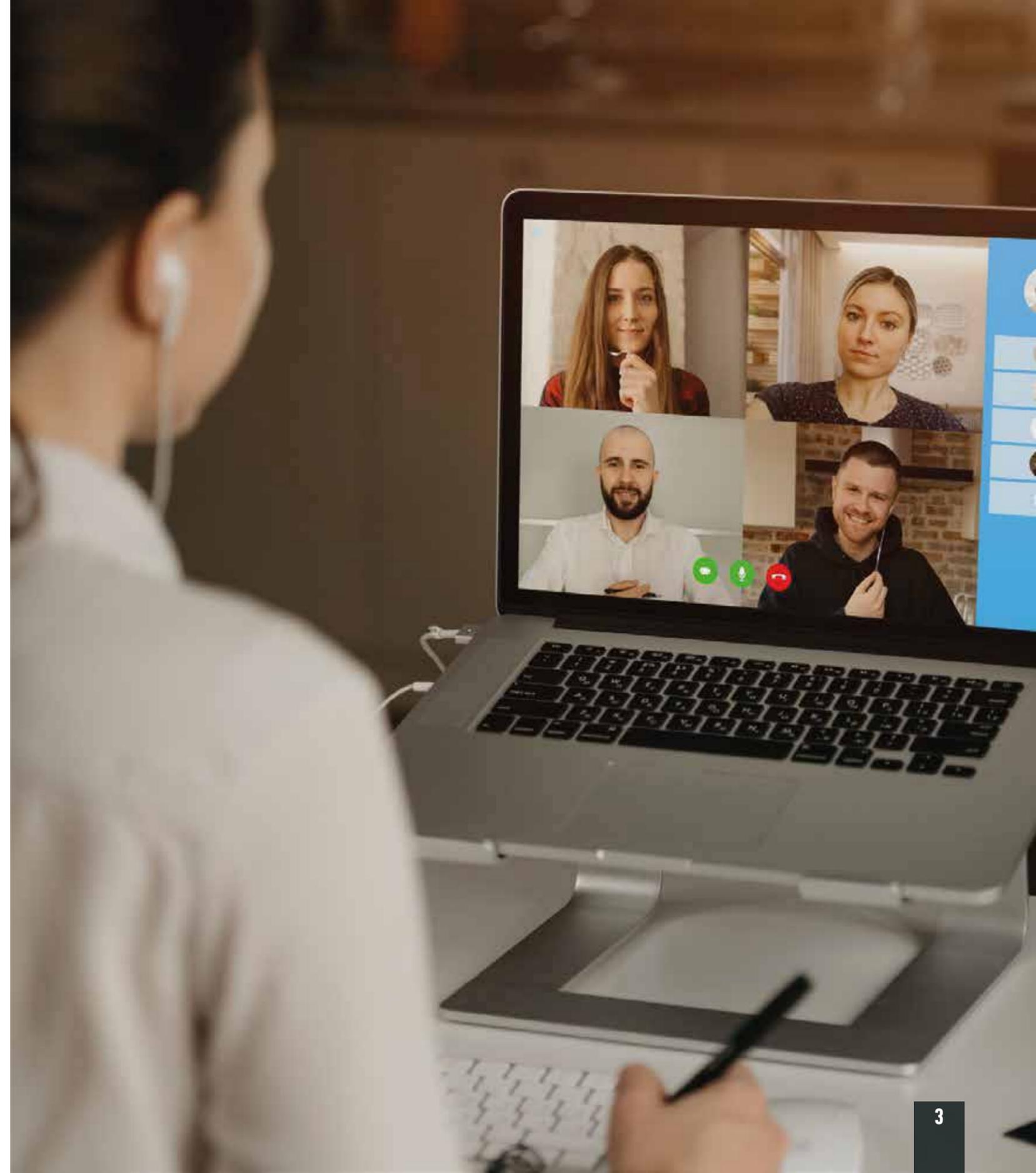
Acompañamiento del estudiante

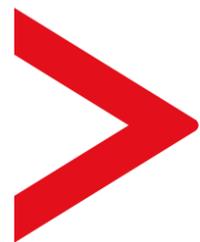
En tu proceso educativo contarás con un Tutor(a) y un Coordinador(a) de Servicios. El Tutor(a) responderá dudas sobre el contenido del curso, mientras que el Coordinador(a) de Servicios, responderá dudas que no sean de contenido, realizando acompañamiento y seguimiento de tu avance.





DETALLE
CURSOS 2024
INICIO: AGOSTO





CURSO GESTIÓN DE PERSONAS

Objetivos del curso

Emplear las estrategias, procesos y prácticas de la dirección y gestión de personas para incrementar su valor y eficiencia dentro de una organización.

A quién está dirigido

Personas con título profesional o técnico, de las áreas de administración, ciencias sociales y todos aquellos que se desempeñen en organizaciones públicas o privadas, interesados en actualizarse en gestión de personas, para agregar valor, bienestar y mejorar los resultados.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238043872 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

GESTIÓN DE PERSONAS

Módulo 1: Las personas como estrategia organizacional.

- 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?

Módulo 2: Estructuras y cargos

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

Módulo 3: Reclutamiento, selección e

inducción

- Subsistemas 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

Módulo 4: Formación y desarrollo

- 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

Módulo 5: Compensaciones

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

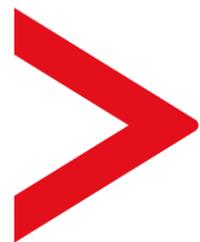
Módulo 6: Gestión de desempeño

- ¿Qué es la gestión del desempeño?
- Reunión inicial e intermedia

- Evaluación.
- Retroalimentación.
- ¿Cómo recibir la retroalimentación?
- 5 Prácticas innovadoras en la gestión del desempeño

Módulo 7: Tendencias en la gestión de personas

- 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
- Cerrar la brecha de la coherencia entre líderes y equipos



CURSO COMUNICACIÓN EFECTIVA

Objetivos del curso

Comprender las habilidades y estrategias que dan forma a la metodología de comunicación efectiva para establecer mejoras personales que contribuyan a la consecución de objetivos organizacionales.

A quién está dirigido

Personas con título profesional o técnico, de las áreas de administración, ciencias sociales y todos aquellos que se desempeñen en organizaciones públicas o privadas, interesados en actualizarse en gestión de personas, para agregar valor, bienestar y mejorar los resultados.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238033605 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

COMUNICACIÓN EFECTIVA

Módulo 1: Elementos de la comunicación organizacional

- Introducción a los elementos de la comunicación
- ¿Qué es la comunicación?
- Elementos de la comunicación.
- Las funciones de la comunicación

Módulo 2: Estilos comunicacionales

- Los estilos comunicacionales
- Estilo agresivo.
- Estilo pasivo.
- Estilo asertivo.
- Estilos comunicacionales de Peter Urs Bender

Módulo 3: Principales obstáculos y beneficios presentes en la co-

municación efectiva

- ¿Dónde estamos?
- Comunicación efectiva.
- Beneficios personales de la comunicación efectiva.
- Beneficios que genera la comunicación efectiva para una organización.
- Barreras de la comunicación.
- Problemas organizacionales por falta de comunicación

Módulo 4: Habilidades necesarias para una Comunicación Efectiva

- Comunicación asertiva.
- Siete técnicas utilizadas para comunicarnos efectivamente.
- La empatía
- La escucha activa

Módulo 5: Comunicación organizacional y retroalimentación positiva y constructiva

- Comunicación organizacional
- Tipos de comunicación organizacional
- Barreras de la comunicación organizacional
- Retroalimentación o Feedback.
- Feedback positivo y constructivo

Módulo 6: Manejo de conflictos organizacionales y su resolución

- El conflicto.
- Causas de los conflictos.
- Tipos de conflictos.
- Conductas de manejo de conflictos.
- Cómo resolver los conflictos

Módulo 7: Comunicación organizacional en el contexto actual marcado por el auge del trabajo remoto

- Comunicación organizacional virtual.
- La comunicación virtual.
- Principales desafíos para los equipos remotos.
- Estrategias para mejorar la comunicación virtual.
- Reuniones remotas más efectivas.
- Reflexiones en torno al trabajo remoto



CURSO DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DEL CAMBIO

Objetivos del curso

Emplear prácticas de desarrollo organizacional que permitan a las organizaciones lograr la efectividad en un adecuado clima laboral y eficiente uso de recursos.

A quién está dirigido

Personas con título profesional o técnico, de las áreas de administración, ciencias sociales y todos aquellos que se desempeñen en organizaciones públicas o privadas, interesados en actualizarse en gestión de personas, para agregar valor, bienestar y mejorar los resultados.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238038999 - **Horas** 91

CONTENIDO DEL CURSO

DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y GESTIÓN DEL CAMBIO

Módulo 1: La organización y su entorno

- Desafíos para la gestión de personas
- Influencia de la globalización en las organizaciones
- El entorno VUCA y el propósito de las empresas

Módulo 2: Desarrollo organizacional

- Desarrollo Organizacional
- ¿A qué nos referimos al hablar de DO?.
- Modelo de Investigación-Acción para abordar el DO.
- Las tres dimensiones de estudio en el desarrollo organizacional.
- Roles conductuales de los equipos.

- Cambio en la organización
- Gestión del cambio

Módulo 3: Metodología de Desarrollo organizacional

- Metodología de Desarrollo organizacional.
- Herramientas de Desarrollo Organizacional P1
- Fase 1: El diagnóstico organizacional
- Fase 2: El Análisis Organizacional.
- El Feedback y plan de acción, el cambio y la evaluación

Módulo 4: Dimensiones para el cambio I

- Introducción módulo
- El poder y la organización.
- La autoridad y la organización.

- El liderazgo y la organización.
- La comunicación en una organización

Módulo 5: Dimensiones para el cambio II

- Equipos de alto rendimiento y la organización.
- El conflicto y la organización.
- La negociación y la organización.
- Cambio organizacional
- Modelo de investigación acción

Módulo 6: Clima organizacional

- El clima organizacional
- La medición del clima organizacional
- Aplicaciones de cuestionarios del clima laboral en las organizaciones

Módulo 7: Cultura organizacional

- Cultura, un constructo complejo
- Modelo Cualitativo de Edgar Schein.
- Modelo Cuantitativo de Daniel Denison & William Neale
- Modelo Cuantitativo de Cultura de Gert Hofstede
- Modelo Cualitativo de Cultura de Spencer Stuart & Universidad de Harvard
- Dimensiones culturales genéricas.
- La Transformación de la cultura organizacional



CURSO DIGITAL BUSINESS MODEL

Objetivos del curso

Aplicar estrategias de modelos de negocios que permitan tomar decisiones en ámbitos comerciales y de mercado en la era digital.

A quién está dirigido

Persona con título profesional o técnico, que tengan o no formación en marketing digital y ecommerce, interesadas en poder entender las tendencias en materia de marketing digital, modelos de negocios, innovación y comercio electrónico, para poder aplicarlas en sus organizaciones o emprendimientos

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238020591 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

DIGITAL BUSINESS MODEL

Módulo 1: La estrategia: aprovechar oportunidades del entorno

- Contexto de la estrategia competitiva
- Estrategia y sus 3 elementos fundamentales.
- La estrategia y la efectividad operacional.
- ¿Cómo diseñar una estrategia?.
- Análisis PEST.
- Análisis de las cinco fuerzas de Porter.
- Aplicación de conceptos.
- Caso: Véndenostuauto y su estrategia

Módulo 2: Necesidades actuales y futuras de los consumidores

- ¿Cómo conectamos la visión empresarial con nuestros consumidores?
- Apuntar a los segmentos apropiados: jobs to be done
- Problemas de los consumidores:

- pain points
- Definir la mejor estrategia y los mejores clientes para nuestros productos
- Caso: Cornershop y su enfoque en el cliente

Módulo 3: Definiciones del modelo de negocio digital

- Modelo de negocio: fundamental para sobrevivir
- El proceso de captura de valor de un negocio.
- Optimizar captura de valor usando modelos ágiles
- Captura del valor en el entorno.
- Aplicación de conceptos.
- Análisis de caso: ZeroQ

Módulo 4: La ventaja competitiva

- Modelo de negocio digital: más que plataforma
- Cooperación: puede ser una ventaja competitiva

- Plataforma: clave en la ventaja competitiva digital
- ¿Cómo rentabilizar un negocio digital?.
- Análisis de caso: Xiaomi
- Aplicación de los conceptos

Módulo 5: Modelos de Negocios Digitales I

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

Módulo 6: Modelos de Negocios Digitales II

- Modelo de negocio 3: Flash sales
- Modelo de negocio 4: Comparadores online.

- Modelo de negocio 5: Peer to peer –P2P–.
- Modelo de negocio 6: Suscripción.
- Modelo de negocio 7: Freemium

Módulo 7: La gestión y liderazgo en los modelos de negocios digitales

- ¿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 requiere el modelo de negocio digital



CURSO NEGOCIOS INNOVADORES

Objetivos del curso

Aplicar metodologías y herramientas con la finalidad de crear propuestas innovadoras que agreguen valor a la organización.

A quién está dirigido

Persona con título profesional o técnico, que tengan o no formación en marketing digital y ecommerce, interesadas en poder entender las tendencias en materia de marketing digital, modelos de negocios, innovación y comercio electrónico, para poder aplicarlas en sus organizaciones o emprendimientos.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238020595 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

NEGOCIOS INNOVADORES

Módulo 1: Introducción a la Innovación

- Definiciones y tendencias del siglo XXI
- Evolución de la Industria.
- Innovación: Definiciones importantes.
- Evolución de la innovación.
- ¿Por qué es importante innovar?

Módulo 2: Estrategia de Innovación

- Introducción a la Estrategia de Innovación
- Alineamiento Estratégico.
- El valor interno de la compañía.
- ¿Qué tipo de innovación estamos buscando?.
- Activos Estratégicos.
- Tendencias de innovación

Módulo 3: Presentación a inversionistas.

- Modelo NABC
- Experiencia del cliente
- Design Thinking.
- Cómo hacer una buena presentación para defender nuestro proyecto

Módulo 4: Modelo de negocio y financiamiento de startups

- Modelo de Negocio (CANVAS)
- 9 Bloques de construcción.
- Lienzo del Modelo de Negocio.
- Financiamiento de Startups.
- Inversiones con impacto

Módulo 5: Gestión de Portafolio

- Actividad Diagnóstica
- Portafolio de tecnologías comercializables.

- Aplicación de métodos de evaluación de tecnologías.
- Método de Matrices.
- Métodos Multivariantes.
- ¿Cómo construir método de evaluación de tecnologías que permita priorizarlas?

Módulo 6: Cómo proteger nuestras invenciones

- Propiedad intelectual (PI)
- Secretos industriales y el know how.
- Marcas y los nombres de dominio.
- Indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.
- Diseños Industriales.
- Derecho de autor

Módulo 7: Innovación social

- Actividad Diagnóstica - Foro Reflexivo
- Innovación Social.
- Actividad: ¿Es una Innovación Social?
- Definición de Innovación Social.
- Análisis de Casos Iniciales.
- Emprendimiento social



CURSO LOGÍSTICA INTEGRAL

Objetivos del curso

Aplicar aspectos conceptuales de la gestión logística que permitan asociar su interacción con otras áreas del sistema de la cadena de abastecimiento en la era digital.

A quién está dirigido

Persona con título profesional o técnico, con formación o experiencia laboral en operaciones y logística, tanto en empresas productivas como de servicio, interesados en entender cómo ha ido cambiando el modelo clásico de trabajo.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238020594 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO LOGÍSTICA INTEGRAL

Módulo 1: Introducción a la cadena de suministros y la logística

- Definición de Cadena de Suministro y Logística
- ¿Cómo ha evolucionado la cadena de suministro a lo largo del tiempo? .
- Distribución: desde la primera milla hasta la última milla .
- Caso IKEA: Un ejemplo de gestión de cadena de suministro.
- Caso Zara: Un ejemplo de minorista de indumentaria más grande del mundo.
- Drivers de decisión de la cadena de suministro

Módulo 2: Transformación digital y COVID

- Cambio en la participación del eCommerce

- El impulsivo crecimiento del eCommerce en la alimentación y otros servicios
- Nuevos hábitos del consumidor.
- Introducción al Customer Journey en eCommerce y diseño.
- Ajustes del modelo operativo.
- Driver de Conversión y Funnel.
- Tráficos de compra online

Módulo 3: e-commerce: Warehousing y Fulfillment

- Diferencias en los tipos de industrias y sus operaciones
- Métodos de preparación.
- Tipos de métodos de Fulfillment.
- Evolución de métodos de picking

Módulo 4: Cambios en los modelos de negocios

- Relación de la logística con el entorno
- Modelo de negocio D2C y Modelo Marketplace.
- Modelo de entrega y retiro en tienda.
- Impacto en la calidad de la oferta al consumidor.
- Cómo se reinventan los grandes líderes globales

Módulo 5: Estructura de gestión

- Organigrama de eCommerce
- Estructura de desarrollo Digital.
- Modelo RAAS Retail As a Service.
- Modelo de madurez.
- Importancia de Mobile

Módulo 6: e-commerce: Pick-up y Lastmile delivery

- Transporte
- Last Mile Delivery.
- Efecto Retiro en Tienda: Click&Collect – Pick Up.
- Protocolos de entrega .
- Innovación

Módulo 7: Innovación y conclusiones

- Alternativas de innovación
- Caso Media Naranja: Dark stores en Argentina
- Shapers vs followers.
- Caso Amazon – Su historia.
- Caso Rappi



CURSO CIENCIA DE DATOS & INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA

Objetivos del curso

Comprender el funcionamiento de herramientas y modelos que permitan analizar gran cantidad de datos para facilitar la toma de decisiones en las organizaciones.

A quién está dirigido

Persona con título profesional o técnico que, por la naturaleza de sus funciones, desean conocer herramientas y aplicar técnicas de Big Data para optimizar su gestión, pudiendo procesar información, mejorar procesos y obtener información clave para la toma de decisiones.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238021196 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

CIENCIA DE DATOS & INTELIGENCIA ARTIFICIAL APLICADA

Módulo 1: Introducción a la ciencia de datos y algunos softwares relacionados

- Introducción a la Ciencia de Datos
- Introducción al Big Data.
- Introducción al Business Intelligence (BI)
- BI y modelamiento dimensional
- Minería de datos y el proceso KDD
- Técnicas de Data Mining.
- Grupos de aplicaciones para la minería de datos y otros conceptos importantes.
- Ciclo de vida del cliente.
- Introducción a R.
- Partes de la pantalla editor/IDE RStudio.
- Instalación de paquetes en editor/IDE RStudio.
- Introducción a Python

Módulo 2: Técnicas de preprocesamiento de datos para Analytics o Data Mining

- Introducción al análisis exploratorio de datos
- Estadística descriptiva
- Distribución normal.
- Limpieza de datos.
- Transformaciones de datos.
- Selección de atributos.
- Test Chi-Cuadrado.
- Taller de R: Módulo 2.
- Taller de Python módulo 2

Módulo 3: Introducción a la inteligencia artificial

- Inteligencia Artificial
- Aprendizaje supervisado y no supervisado.
- Técnicas del aprendizaje supervisado.
- Árboles de decisión.
- Concepto de sobreajuste en ár-

boles de decisión.

- K-vecinos más cercanos
- Naïve Bayes.
- Taller R: Módulo 3.
- Taller de Python módulo 3

Módulo 4: Técnicas de clasificación

- Técnicas de clasificación
- Perceptrón.
- Backpropagation
- Máquinas de Soporte Vectorial.
- Taller de R: Módulo 4.
- Taller de Python módulo 4

Módulo 5: Validación y regresiones

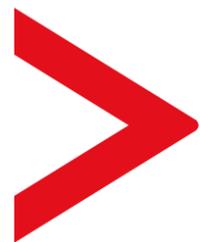
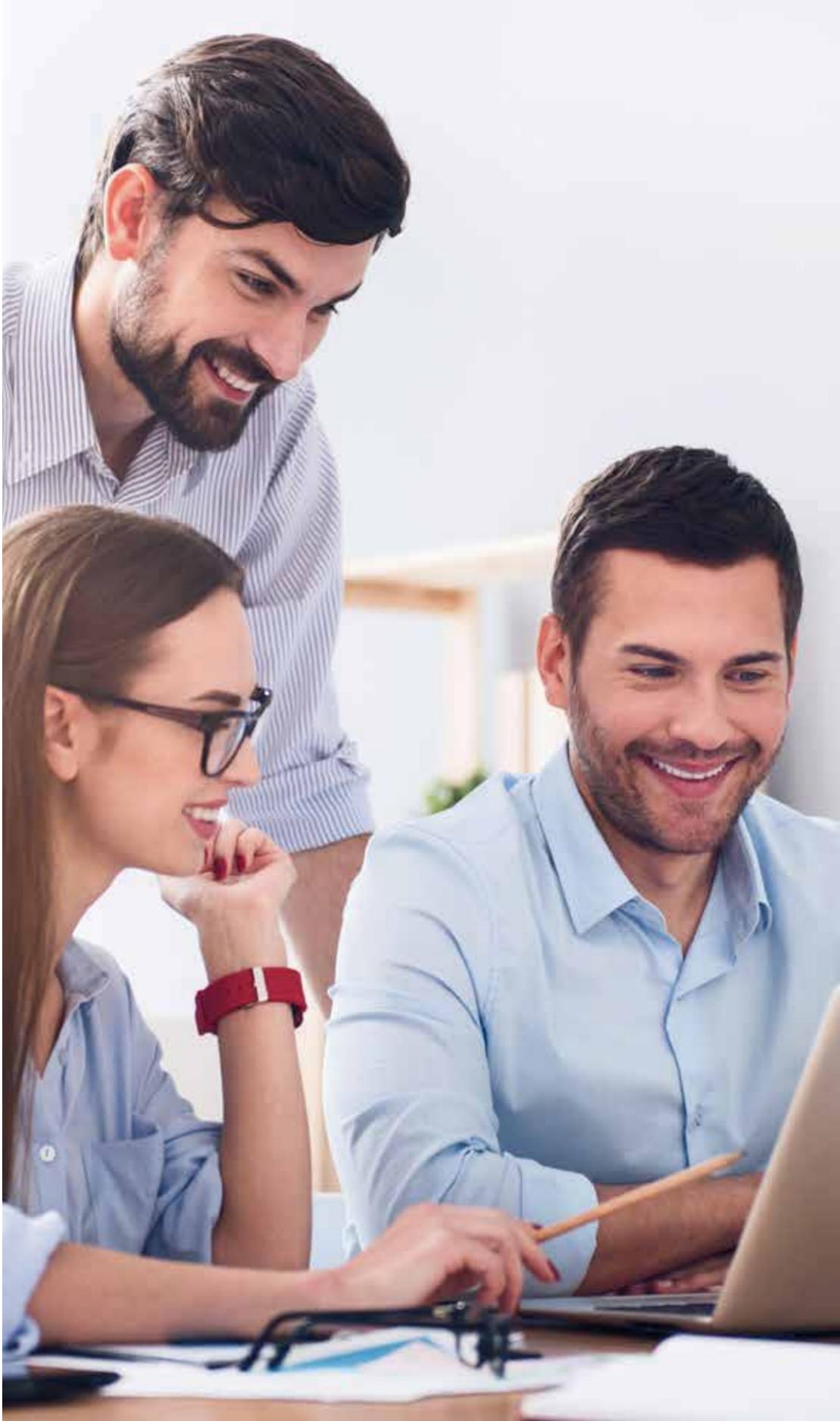
- Validación
- Regresiones Simples.
- Regresiones más complejas.
- Taller de R: Módulo 5.
- Taller de Python módulo 5

Módulo 6: Técnicas de segmentación

- Cluster
- Tipos de algoritmos.
- Taller de R: Módulo 6.
- Taller de Python módulo 6

Módulo 7: Reglas de asociación y otras aplicaciones

- Reglas de asociación
- Algoritmos para encontrar reglas de asociación.
- Taller de R: Módulo 7.
- Taller de Python módulo 7



CURSO GESTIÓN DE CALIDAD

Objetivos del curso

Aplicar conceptos, procesos, herramientas y modelos relacionados con la gestión de calidad y mejora continua al interior de una organización, para lograr crear mayor valor y cumplir sus objetivos estratégicos.

A quién está dirigido

Persona con título profesional o técnico, que tengan formación o experiencia laboral en áreas que demanden analizar, controlar y medir la gestión, tanto en empresas de servicios como productivas.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238020597 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

GESTIÓN DE CALIDAD

Módulo 1: Conceptos de Gestión de Calidad

- Evolución e historia de la calidad
- Evolución desde el punto de vista de gestión
- Pioneros de la calidad
- Introducción a los sistemas de gestión de calidad

Módulo 2: Sistema de Gestión de Calidad

- Sistema de gestión de calidad
- Manual de calidad.
- Pensamiento para la mejora, mejora continua y buenas prácticas

Módulo 3: Planificación, aseguramiento y control de calidad

- Definiciones
- Planificación para la implementación y mantenimiento del sistema de calidad
- ¿Lema de aseguramiento o mejora continua?

Módulo 4: Estrategias de mejora continua

- Introducción
- Mejora continua.
- Valor agregado.
- 5 aspectos importantes del valor agregado.
- Un modelo para implementar el mejoramiento continuo con efectividad

Módulo 5: Seis Sigma

- Seis Sigma
- Ciclo DMAIC.
- Etapas: Medir y Analizar .
- Etapas: Implementar mejoras y Controlar

Módulo 6: Gestión ágil en las organizaciones

- Metodologías ágiles
- Scrum .
- Kanban
- Un ejemplo de Scrum y Kanban

Módulo 7: Tendencias en modelo contemporáneos de calidad

- Repaso Conceptual
- Lean & Six Sigma.
- Integración de herramientas clásicas de calidad Parte 1.
- Integración de herramientas clásicas de calidad Parte 2
- Integración de técnica: Control Estadístico de
- Procesos CEP
- Caso ejemplo



CURSO AGILE PROJECT MANAGEMENT

Objetivos del curso

Aplicar técnicas y herramientas de gestión ágil de proyectos para la transformación digital de las empresas.

A quién está dirigido

Persona con título profesional o técnico, que trabajan en unidades de gestión de proyectos, que son o serán responsables de la gestión de productos y/o servicios, independiente del sector industrial en que se desempeñen.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238020592 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

AGILE PROJECT MANAGEMENT

Módulo 1: La Transformación Digital

- La empresa en la transformación digital
- Tipos de organización.
- La planificación estratégica.
- El cliente, el viaje y el negocio en la era digital.
- Los proyectos como habilitadores del cambio

Módulo 2: Metodologías adaptativas

- Metodologías adaptativas (ágiles, iterativos e incrementales)
- Ciclo continuo en los métodos de gestión de un proyecto
- Parámetros y restricciones en las metodologías predictivas y adaptativas
- Usos más frecuentes y dificultades

tades para el desarrollo de un proyecto Ágil o Adaptativo

- El proyecto tradicional, iterativo e incremental
- El proyecto ágil y el modelo híbrido

Módulo 3: Metodologías ágiles

- Las metodologías ágiles
- Ágil: la filosofía, la técnica, la mentalidad
- Manifiesto Ágil .
- La evolución del Manifiesto Ágil.
- Metodologías ágiles complementarias: Lean y Kanban .
- Metodologías de innovación: Design Thinking y UX

Módulo 4: Metodologías híbridas

- Contrastando ágil y tradicional

- El estado del arte de las metodologías híbridas
- Integrando ágil con ambientes tradicionales

Módulo 5: Scrum, el modelo más usado para desarrollos ágiles

- Teoría y principios de Scrum
- Pilares, valores y usos de Scrum.
- Componentes de Scrum.
- Eventos de Scrum.
- Artefactos de Scrum.
- Otros aspectos relacionados con Scrum: justificación, calidad, cambio y riesgo

Módulo 6: Planificando un proyecto con Scrum

- La empresa y sus necesidades
- ¿Qué sabemos de los proyec-

- tos ágiles y de Scrum?.
- Caso de estudio: Desarrollo de las etapas iniciales de la metodología Scrum
- La fase de inicio del proyecto - P.1
- La fase de inicio del proyecto - P.2
- La fase de inicio del proyecto - P.3

Módulo 7: Ejecutando un proyecto con Scrum

- Caso de análisis
- Planificando un Sprint (Sprint Planning).
- El Sprint.
- Continuando con las etapas y aspectos del Sprint.
- Integración del ciclo de vida de un proyecto real



CURSO NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Objetivos del curso

Emplear herramientas de negociación para construir relaciones colaborativas a través de la prevención y resolución de conflictos

A quién está dirigido

Persona con título profesional o técnico, de todas las áreas y disciplinas de una empresa, que tengan a cargo equipos de trabajo o aspiran a tenerlos y estén dispuestos a avanzar en el desarrollo de sus competencias de liderazgo.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238020596 - **Horas** 91

CONTENIDO DEL CURSO

NEGOCIACIÓN Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Módulo 1: El conflicto y la negociación

- El conflicto y sus definiciones
- Clasificaciones de los conflictos.
- Principales modelos de conflicto.
- Teoría de juegos.
- Dialogo democrático.
- Etapas de un proceso de diálogo democrático.
- La negociación.
- Importancia y principios de la negociación.
- El proceso de negociación

Módulo 2: Tipos de negociación y sus distintos escenarios

- Tipos de negociación
- La negociación competitiva.
- La negociación colaborativa.
- Criterios para elegir el tipo de negociación

- El emplazamiento de la negociación

Módulo 3: Estrategias de Negociación

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

Módulo 4: Tácticas de negociación

- Introducción a las tácticas de negociación
- Tácticas de guerra psicológica
- Tácticas de presión
- Tácticas genérica
- Tácticas polivalentes
- Tácticas ofensivas
- Tácticas defensivas
- Ejercicio Práctico: Análisis de caso

Módulo 5: La mediación y sus dimensiones y técnicas

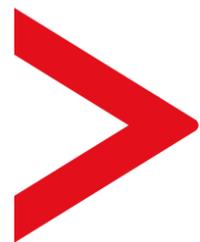
- La mediación
- Dimensiones y etapas de la mediación
- Los principios de mediación
- Enfoques de la mediación.
- Condiciones para la negociación y la mediación
- Roles del mediador.
- Técnicas de mediación

Módulo 6: Ámbitos de aplicación de la mediación

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

Módulo 7: Liderazgo, negociaciones a las que se enfrenta un líder y cómo resolver conflictos.

- 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



CURSO MARKETING DIGITAL

Objetivos del curso

Aplicar estrategias de marketing a partir del uso de recursos digitales para emplearlas en el diseño, desarrollo y gestión de un negocio digital.

A quién está dirigido

Profesionales que se desempeñen en el mundo del marketing, con o sin experiencia en el mundo digital, que busquen actualizar sus conocimientos o perfeccionarse en la aplicación de estrategias y técnicas que posibiliten el desarrollo de acciones centradas en el cambio tecnológico.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238018421 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO MARKETING DIGITAL

Módulo 1: ¿Qué es marketing?

- ¿Qué es el marketing?
- Diferenciando conceptos
- Marketing, una disciplina importante
- Conceptos de necesidad y oferta
- El nuevo consumidor digital
- El nuevo comportamiento digital

Módulo 2: Transformación digital y marketing

- ¿Qué es digital?
- Definiendo lo digital
- Los aportes de la realidad digital
- Factores centrales de la transformación digital en marketing
- Transformación digital ¿Cómo cambia el marketing con lo digital?

- Posibilidades que ofrece Computer Vision
- Marketing digital y modelos de negocio
- Origen y evolución
- Lo nuevo: IoT, Bigdata y Crowdsourcing: Big data y su aporte a los negocios

Módulo 3: La estrategia de marketing digital y sus variables

- El modelo de negocios
- La estrategia de marca en internet
- La estrategia de precio
- Nivel de precio y valor de marca
- Proceso de definición del precio
- La estrategia de producto
- La estrategia de distribución

Módulo 4: ¿Cómo implementar un negocio?

- Tipos de tráfico web
- Tráfico de referidos
- Tráfico directo y tráfico de redes sociales

Módulo 5: Estrategias comunicacionales y uso de herramientas gratuitas

- Estrategia de comunicación y promoción
- Teoría de la comunicación
- Medios de comunicación

Módulo 6: Estrategias comunicacionales y uso de herramientas pagadas

- Trabajando con medios offline pagados
- Plan de medios

- Compra de medios
- Medición de la efectividad
- Trabajando con medios online pagados
- Tipos de medios online pagados
- Google Ads: El gigante de la publicidad online
- Técnicas de rentabilización de la inversión
- Google Analytics: Todo se puede medir

Módulo 7: Estrategia de marketing digital en un negocio real

- Explicación de trabajo práctico



CURSO OMNICANALIDAD

Objetivos del curso

Identificar la importancia de la omnicanalidad que permitirá diseñar una estrategia integrada de canales que impacte positivamente en la experiencia de los clientes y los resultados de la empresa.

A quién está dirigido

Personas con habilidades y conocimientos para aportar a través de la gestión comercial y omnicanalidad al éxito de los objetivos organizacionales.

Metodología

7 módulos asincrónicos + 1 clase intermedia sincrónica de 2 horas aprox + 1 clase final de 3 horas máx.

Código SENCE 1238019283 - Horas 91

CONTENIDO DEL CURSO

OMNICANALIDAD

Módulo 1: Omnicanalidad y paradigma del centro en el cliente

- Evolución de los paradigmas de negocio
- Las nuevas necesidades de los clientes, componentes y roles de los canales.
- Diferencias entre multicanalidad y omnicanalidad.
- Tipos de Canales
- Evolución de la omnicanalidad
- Beneficios de la omnicanalidad
- Entender la omnicanalidad como paradigma cliente céntrico

Módulo 2: Omnicanalidad: Productos y Servicios

- Propuesta de valor.
- Omnicanalidad y Producto
- Omnicanalidad y Servicio
- Concepto de Channel Blurring

- El rol del D2C.
- Impacto, desafíos y oportunidades.

Módulo 3: Diagnóstico y detección de brechas

- Diagnóstico de estrategia de omnicanalidad
- Detección de brechas
- Qué hacer y qué no hacer

Módulo 4: Marketing omnicanal

- La importancia del Marketing en la Omnicanalidad
- Trade Marketing

Módulo 5: Diseño

- Diseño de modelo de negocio omnicanal
- Implementación de estrategia de canales.
- Análisis de caso (Amazon, Zara, Mercado Libre, Falabella)

Módulo 6: Medición

- ¿Cómo medir la implementación de la omnicanalidad?
- Indicadores de gestión comercial
- ¿Cómo medir la experiencia del servicio?
- ¿Cómo desarrollar un sistema integrado de medición?
- Medir para impactar en los resultados del negocio
- Medir para maximizar la fidelidad del cliente

Módulo 7: Automatización CRM y fidelización

- Sistemas integrados de información
- Estrategias CRM 360°: Redes Sociales, Email, SMS, Notificaciones.

CERTIFICACIÓN

Para aquellos colaboradores que cumplan con los **requisitos académicos de un Curso** y **aprueben satisfactoriamente** podrán descargar desde la plataforma interna un documento con la certificación de la Universidad de los Andes.

