



utdt.edu/educacionejecutiva

ALIADO DIGITAL

DIRECCIÓN ACADÉMICA: DIEGO JOLODENCO



**PROGRAMA
ABIERTO**

**DURACIÓN
1 SEMANA**

**CURSADA
3 JORNADAS
CONSECUTIVAS DE
8 HORAS CADA UNA**

Si bien es cierto que vivimos en una época de cambios sin precedentes y las tecnologías digitales impactan como nunca antes en los mercados, obligando a las empresas a repensarse y reinventarse, la verdadera transformación digital es impulsada por la cultura y la estrategia, no por la tecnología.

Mantenerse competitivo durante la próxima década requerirá mucho más que la capacidad de integrar nuevas tecnologías y estar un paso adelante en la disrupción digital. Las organizaciones y los profesionales deberán aprender a utilizar estratégicamente estas nuevas herramientas e innovar continuamente para mejorar sus productos, servicios y procesos internos, todo en pos de brindar mejores experiencias a sus clientes.

¿Qué tan importante es la transformación digital para su industria y su negocio? ¿Están sus competidores implementando tecnología o estrategias digitales que amenazan su posición en el mercado? ¿Qué están haciendo otras empresas e industrias para transformarse? Este programa le ayudará a dar respuesta a estas y otras preguntas, y a evaluar cómo debe evolucionar su empresa para sacar el mayor provecho de las nuevas tecnologías y los modelos de negocio que estas están creando.

El objetivo de este programa es que los asistentes comprendan la transformación en el contexto de su mercado y su organización, obtengan claridad sobre los impulsores de una transformación exitosa, y adopten la mentalidad y los métodos adecuados para comenzar a implementar un cambio exitoso.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 1 | TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE MODELOS DE NEGOCIO

- › ¿Qué es la transformación digital y cómo está impactando en nuestras vidas?
- › El cambio exponencial en números.
- › ¿Cuándo y por qué se aceleró la transformación?
- › *Big data, big money.*
- › Tecnologías disruptivas: drones, IoT, AR, AI, *blockchain*. Explicación y ejemplos para entender qué son y cómo se están usando para transformar el mundo de los negocios.
- › El cambio: ¿ventaja u obligación? La diferencia entre los cambios altamente improbables y los que sabemos que están a la vuelta de la esquina.
- › Casos de transformación digital de modelos de negocio en distintas industrias.
- › ¿Cómo piensan los innovadores?
- › Hoy más que nunca, la transformación digital es impulsada por los clientes.
- › Cultura digital en las empresas. Orientación externa, delegación, riesgo controlado, énfasis en la acción, colaboración y atracción de talento.
- › ¿Cómo se construye y se desafía el *statu quo*?
- › Modelos de ingresos en negocios digitales: *e-commerce*, *market place*, espacios y plataformas publicitarias, modelos *freemium*, suscripciones y *dropshipping*.
- › Business Model Canvas: teoría y práctica para entender, diseñar, desafiar y pivotar modelos de negocio.

MÓDULO 2 | DIGITAL MINDSET, STORYTELLING Y CONTENIDOS EN LA ERA DIGITAL

- › El concepto de transformación digital. El concepto de nuevo cliente. Lenguaje de pseudopalabras vs. lenguaje concreto.
- › La transformación digital en todos los actos. Resistencia al cambio: la canción siempre es la misma.
- › Qué es *storytelling*. El experimento Heder-Simmel. Elementos del *storytelling*. Oxitocina. *Wow the client*. Elementos del *storytelling* corporativo. Los mensajes hiperfragmentados en redes sociales.
- › Empatía corporativa y comunicación digital.
- › *Digital persona*. El cliente identificable. ¿Cómo lo hace Google?
- › Humanos vs. robots: qué comunica qué.
- › El caso Simple Bank. Todos pueden crear. El desafío de la autolobotomía. El peligro del *dino cool*. Ejemplos de *storytelling* efectivo: Johnnie Walker. Always: #likeagirl. Expedia: *wedding*.
- › Bodyform: Answer to Richard. Plum Organics. DollarShave Club: *our blades are f*ing great*. Chubbys (Instagram). La Coneja China.
- › Ejercicio individual: construir una historia y narrativa de mi marca. Cómo desarrollarla en redes sociales.

MÓDULO 3 | DESIGN THINKING. UNA NUEVA FORMA DE ADAPTARSE E IMPULSAR EL CAMBIO

- › En este taller, aplicaremos el pensamiento de diseño a la resolución de un problema real basado en un caso. La clase será teórico-práctica y, a través de la dinámica, los alumnos podrán llegar a soluciones innovadoras habiendo descubierto problemas fértiles por resolver. La metodología que utilizaremos será Design Thinking, profundizando en cada una de las etapas.

La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.

METODOLOGÍA

El programa es esencialmente práctico e interactivo, orientado a la acción. Los conceptos teóricos son presentados a través de casos, ejemplos, modelos y ejercicios prácticos. Los participantes podrán trabajar sobre sus propios negocios y proyectos o los de sus compañeros, para modelar futuros y explorar oportunidades que les permitan incrementar sus chances de éxito en el camino de la transformación.

AUDIENCIA

Profesionales independientes, empresarios, *managers* y emprendedores sociales pueden encontrar en este programa un aliado para hacer frente a la transformación digital sin temor y con grandes expectativas por lo que vendrá. No es necesario poseer conocimientos previos.

CUERPO DE PROFESORES

Diego Jolodenco. Licenciado en Administración de Empresas, UCES. Egresado del Programa de Formación de Emprendedores, ITBA. Emprendedor tecnológico, actualmente es CBDO de Spectro, una *startup* dedicada a la digitalización de espacios físicos para brindar data accionable en la toma de decisiones. Asimismo, es cofundador de Lectoramas. Trabajó en el área de Nuevos Negocios de la petrolera YPF. Participó de varios emprendimientos desde su fundación y puesta en marcha, hasta su adquisición por parte de otras compañías en el país y el exterior. | **Juan Ramiro Fernández.** Doctor (c) en Sociología, Universidad Católica Argentina. Periodista especializado en *storytelling*. Fundador de Lectorati.com y cofundador de Lectoramas. Se desempeñó como gerente de Contenidos en Telefónica de Argentina, director de Desarrollo de Negocios para el área de New Media de Discovery Networks Latin America y director senior de Medios Digitales de MTV Networks Latin America. | **Carolina Coppoli.** MBA, Universidad de Belgrano/EM Lyon Business School. Se formó en Hasso Plattner School of Design Thinking (Berlín, Alemania). Chief Digital Officer (CDO) Latin America & Caribbean, McCann Worldgroup. Tiene 25 años de experiencia en la industria publicitaria, de comunicación y digital. Fue reconocida con el premio Women to Watch de Ad Age en 2018.