

TRANSFORMACIÓN DIGITAL PYME

CURSOS 2021

Orientados a dueños y mandos altos de las
PyMES de Mar del Plata

ATICMA

desarrollo
productivo
e innovación
mgp
Asociación
de Cursos
de Gestión

Transformación Digital Pyme

Programa - Plan de Estudios

CURSO 1:

Introducción a la Transformación Digital

Propuesta transversal de carácter introductorio a los conceptos básicos de la Transformación Digital

OBJETIVOS:

- Analizar la Revolución Digital a partir de sus orígenes en cambios del pensamiento y los efectos que genera en las tendencias digitales
- Analizar el efecto de la digitalización en el ecosistema empresarial y en las pymes locales
- Profundizar en los pilares de la transformación digital, encuadrando la misma como una Transformación “principalmente Cultural” con foco en las personas y los procesos
- Descubrir las competencias de Liderazgo que son necesarias para impulsar con éxito la TD en las organizaciones y trazar un plan de desarrollo de las mismas
- Descubrir la tecnología local disponible y los casos de éxito asociados a las empresas locales reunidas en ATICMA
- Aprender desde la práctica diseñando un Roadmap particular de TD para tu pyme, conociendo programas de apoyo a la TD

Los objetivos fueron definidos en base a las principales dificultades que se presentan para concretar una transformación digital exitosa

DIFICULTADES PARA UNA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EXITOSA



METODOLOGÍA:

La propuesta implica la realización de una serie de talleres de frecuencia semanal, durante dos meses, en modalidad virtual

Los talleres semanales tendrán una duración de tres horas, un cupo máximo de 40 participantes y contarán con la asistencia de dos facilitadores.

Entre cada encuentro semanal se dispondrá de un foro permanente de contacto e intercambio con compañeros y facilitadores, debiendo cumplir algunas consignas de trabajo individuales/grupales para cada encuentro.

Consecuentemente, se trata de 8 encuentros virtuales de 3 hs (24 hs total del programa)

1 trabajo final con el Roadmap para la propia pyme/industria o una pyme/industria local escogida (6hs de trabajo estimado)

TOTAL: 30 horas (1 RTF)

EJES DE TRABAJO - COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- La Revolución Digital: de la revolución que la origina a sus efectos
- La Transformación Digital es una Transformación Cultural mediada por tecnología
- El Cliente al centro de la escena: La Propuesta de Valor y los nuevos procesos de la TD
- El Liderazgo Innovador: Competencias necesarias para una TD exitosa
- La Gestión de la Innovación en las Organizaciones
- Tecnologías Exponenciales : megatendencias y disrupciones proyectadas
- Tecnologías al alcance de las Pymes
- Un Roadmap para la TD de una Pyme local

Coordinador del proyecto: Ing. Pablo Miozzi - Director del Colaboratorio de Innovación Tecnológica de la UFASTA, integrando luego el equipo de facilitadores que acompañará la propuesta formativa.-

Docentes:

<p>La Revolución Digital: de la revolución que la origina a sus efectos</p>		<p>Lic. Juan Pablo Sajul</p>	<p>Doctorando en Filosofía de la Ciencia – Epistemología en Filosofía y Letras de la UNCUIYO. Investigador del Proyecto de Filosofía: Ciencia, Mito y Metafísica en el Instituto de Filosofía y Letras de la UNCUIYO.</p>
---	---	------------------------------	---

<p>La Transformación Digital es una Transformación Cultural mediada por tecnología - La Gestión de la Innovación en las Organizaciones</p>		<p>Esp. Ing. Pablo Miozzi</p>	<p>Especialista en Gestión de la Tecnología y la Innovación (UNMDP). Especialista en Ecosistemas Emprendedores (Univ. Salamanca) Maestrando en Administración de Negocios (UNMDP)- Director del Laboratorio de Innovación Tecnológica UFASTA - Ex Gerente Conglomerado TIC Pdo. General Pueyrredón Docente, Facilitador, Consultor.</p>
<p>El efecto de la digitalización en el ecosistema empresarial y en las pymes</p>		<p>Dr. Alejandro Artopoulos</p>	<p>Profesor y Director I+D CIP Universidad de San Andrés. Especializado en la sociología de la transformación digital. Se interesa en plataformas y cambio social. Investiga #edTech y #agTech. Autor de tres libros y 34 artículos académicos.</p>
<p>El Cliente al centro de la escena: La Propuesta de Valor y los nuevos procesos de la TD</p>		<p>Cdr. Hernán Fernandez</p>	<p>Contador. Auditor interno en empresas de servicio, capacitador interno.</p>
<p>El Liderazgo Innovador: Competencias necesarias para una TD exitosa</p>		<p>Lic. Paula Vega</p>	<p>Licenciada en Psicología. Coordinadora Laboratorio de Liderazgo Innovador en el Laboratorio de Innovación Tecnológica. Docente. Capacitación y Coordinación de grupos. Consultora en reclutamiento y selección de personal. Asesoramiento, capacitación y orientación en el ámbito laboral- microemprendimientos.</p>

<p>Tecnologías Exponenciales : megatendencias y disrupciones proyectadas</p>		<p>Ing. NICOLAS Albisetti</p>	<p>Ingeniero en Informática de la Universidad FASTA, y MBA en Gestión Estratégica de Tecnología de la Información del Instituto FGV en Brasil.</p> <p>Head de Arquitectura Empresarial de B3. Hoy lidera los equipos de Arquitectura Empresarial, ALM, Middleware, QA e Innovación de la empresa. Profesional con más de 25 años de experiencia, con pasaje por multinacionales como StarCom MediaVest, e instituciones financieras en Argentina, como M.A.E. S.A..</p>
<p>Tecnologías al alcance de las Pymes</p>		<p>Ing. Luis Buffoni</p>	<p>Ingeniero Informático egresado de la Universidad FASTA. Cofundador y director de la empresa Advenio Software, que desarrolla soluciones de software que se comercializan en Argentina y el exterior. Docente en la Facultad de Ingeniería en Informática de la Universidad FASTA. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el desarrollo e implementación de soluciones tecnológicas en empresas de muy variados rubros.</p>

<p>Un Roadmap para la TD de una Pyme local</p>		<p>Dr. Gabriel Jacobsohn</p>	<p>Lic. en Administración de la UBA. Cursó el European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management. Växjö University (Suecia) - Universidad Autónoma de Barcelona (España). Co-fundó el Instituto de Emprendimientos Científicos y Tecnológicos (IECyT – 2004/2010) y la cátedra Karel Steuer de Entrepreneurship de la Universidad de San Andrés (1997/2002). Profesor UBA. Asesor Técnico Secretaría Pymes y Emprendedores del</p>
--	---	------------------------------	---

CURSO 2:

Marketing Digital y Comercio Electrónico

Duración: 2 meses - 8 semanas.

FUNDAMENTACIÓN

Todos sabemos que Internet llegó para cambiar el mundo y eso, sin dudas, incluye a las empresas y la forma en que venden o llegan a su público objetivo.

Las que no se adaptan, se van a quedar afuera. Las que lo hagan bien, tendrán muchísimas más posibilidades de ser exitosas.

A través de los diferentes módulos que componen este curso el alumno entenderá, primero, los fundamentos y las diferentes aristas del comercio electrónico y el marketing digital, así como también qué es lo que está pasando hoy en nuestro país y en el mundo.

Luego, se explicará cómo aprovechar las nuevas herramientas de comunicación como por ejemplo las Redes Sociales, el posicionamiento en buscadores o el Email Marketing para alcanzar los objetivos de las empresas.

OBJETIVOS

Se espera que los alumnos logren:

- Conocer el estado actual de la industria del Comercio Electrónico en el mundo y, específicamente, en Argentina para entender el contexto y las oportunidades que existen.
- Desarrollar competencias para planificar, analizar, desarrollar y colaborar en la gestión de negocios digitales desde la perspectiva de su especialidad, teniendo en cuenta las características propias y únicas de la economía digital y de las redes.
- Comprender la terminología básica y los conceptos aplicados al marketing en Internet para luego poder adentrarse sin inconvenientes en cada una de las acciones y herramientas que lo componen.

- Lograr conocimiento y comprensión de las variadas técnicas de Internet que pueden ser aplicadas como parte de la estrategia de marketing.
- Aprender a utilizar Internet como recurso para segmentar los públicos objetivo y conseguir información sobre los potenciales clientes.
- Aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos en el análisis de la situación de una empresa y el desarrollo de una estrategia de marketing digital.

PLAN DE ESTUDIO Y CARGA HORARIA:

Carga Horaria total: 28 horas.-

MÓDULO MÓDULO

- 1 Fundamentos de Marketing Digital y el Comercio Electrónico
- 2 Redes Sociales y Storytelling
- 3 Publicidad en Redes Sociales
- 4 SEO, SEM e Email Marketing
- 5 Ecommerce
- 6 Analítica Web

Metodología y descripción de actividades de aprendizaje

Clases, pdf, Presentaciones en Power Point, lecturas sugeridas, vídeos, grabaciones,

etc. DOCENTES

Martín Orengia

Director en Punto Marketing

Director de la Comisión Atlántica de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE). Consultor en Estrategias Digitales y Analítica Web

Lic. en Economía

Director en Punto Marketing, agencia de Marketing Digital e E-commerce Director del Programa Intensivo en Marketing Digital y Comercio Electrónico en Universidad Fasta. Docente en Estrategias Digitales en diferentes Universidades.

Renato Rossello

Ingeniero Informático

Cofundador y Director de ROLLPIX S.A., empresa de software especializada en eCommerce. Vicerrector de Desarrollo y Transferencia Tecnológica de la Universidad FASTA. Vicepresidente de ATICMA.

Cuenta con más de 20 años de experiencia en emprendimientos tecnológicos vinculados al comercio electrónico, al desarrollo de la economía del conocimiento y al gobierno digital, habiéndose desempeñado como Secretario de Desarrollo Tecnológico del Municipio de General Pueyrredon.

Victoria Sánchez Peña

Licenciada en Relaciones Públicas e Institucionales.

Docente en Universidad CAECE, Mar del Plata.

Docente en programas de Comunicación Digital & Ecommerce, en módulos relacionados a Medios Digitales.

Social Media Manager en Punto Marketing. Responsable del diseño de estrategias, generación de contenido y desarrollo acciones de comunicación digital para los clientes de la empresa.

CURSO 3:

Análisis Inteligente de Datos aplicado a la Empresa

Objetivos:

- + Brindar una formación general y sólida sobre los principales fundamentos y conceptos del análisis, tratamiento, visualización y comunicación de datos orientado a la empresa.
- + Generar en los participantes la capacidad de utilizar los datos para transformarlos en información valiosa que contribuya a producir conocimiento, resolver problemas y soportar la toma de decisiones. Valorar el uso de los datos como insumo para formular propuestas eficientes e innovadoras.

El programa se desarrolla en base a **cinco ejes temáticos**:

EJE 1: Fundamentos del análisis de datos

EJE 2: Uso de herramientas para analizar, tratar y visualizar datos

EJE 3. Recolección, almacenamiento y exploración de datos en la empresa

EJE 4. Uso de técnicas estadísticas para el análisis de datos

EJE 5. Aplicar el análisis de datos a casos concretos

Modalidad de dictado:

El programa se desarrollará de manera intensiva a lo largo de dos meses, en dos encuentros semanales de dos horas de duración cada uno. En total se propone 16 encuentros en los que se abordarán las siguientes temáticas:

-Características principales del análisis de datos y etapas.

-Propiedades fundamentales de los datos, tipos, escalas, ruido, dimensionalidad,

etc.

-Introducción y uso de Python y R para el análisis, tratamiento y visualización Datos y Big Data en la empresa

-Introducción al Data Warehousing

-Análisis exploratorio y descriptivo: herramientas y tareas.

-Principales estadísticos y distribuciones; análisis de frecuencias, tests de normalidad, estimaciones de asociaciones, etc.

-Herramientas gráficas, interactivas y no interactivas, diagramas de barras, gráficos de dispersiones, gráficos multidimensionales, ajuste de curvas.

-Tableros de control e indicadores

-Predicciones con datos

-Gestión de datos y de conocimiento dentro de las organizaciones

-Aspectos éticos y legales relacionados a la producción, tratamiento y distribución de datos

Los encuentros se desarrollarán de manera virtual y sincrónica con la presencia de los docentes en los días y horarios convenidos. Asimismo se ofrece la asistencia tutorial de los docentes fuera del horario pautado para consultas.

Los participantes dispondrán del material didáctico correspondiente a cada una de las clases.

Durante el programa los participantes conocerán de qué manera utilizar herramientas informáticas de software libre (Python/R) y se los guiará para su instalación y aprovechamiento de manera gratuita. Asimismo se utilizarán otras herramientas básicas y de fácil acceso, como planillas de cálculo y servicios web gratuitos, para conectar fácilmente la teoría con la práctica.

Equipo docente:

- Gabriel Marcelo Coronello Aldao
- Maximiliano Gómez Aguirre
- Santiago Javier Cueto

CURSO 4:

Tecnologías 3D

Es importante dotar al entramado productivo local sobre las ventajas y beneficios del uso y mantenimiento de equipamiento de impresión 3D.

La fabricación aditiva o 3D es uno de los pilares en los que se apoya la Cuarta Revolución Industrial, que promete transformar radicalmente la organización de los medios de producción y la forma de trabajar en las fábricas.

Temáticas:

- Formación en el uso y mantenimiento de equipamiento de impresión 3D, conceptos teóricos-
- Formación en la utilización de software específico de impresión 3D
- Ajuste de parámetros del software para la impresión de piezas según

Carga Horaria: 25 horas

Docente:

Frayssinet Enrique Ezequiel - Especialista en biodiseño y mecatrónica

CURSO 5:

Nanotecnología

La nanotecnología está revolucionando la forma en que vivimos, producimos, nos comunicamos y cuidamos el medio ambiente. La posibilidad de manipular la materia a escala nanométrica permite desarrollar estructuras, dispositivos y sistemas con propiedades novedosas y un amplio rango de aplicaciones. Los productos basados en nanotecnología ya están en uso en nuestra vida cotidiana, y se espera que sus mercados crezcan dramáticamente durante las próximas décadas.

Temáticas:

- Principios básicos que gobiernan el comportamiento de la materia en la escala nanométrica, y cómo ese comportamiento puede ser aprovechado para una determinada aplicación.
- Técnicas y métodos utilizados para diseñar, construir y caracterizar diferentes tipos de nanomateriales.
- Ejemplos de aplicación de nanomateriales en diferentes campos, tales como producción y almacenamiento de energía, agroindustria, salud y cuidado del medio ambiente

Carga Horaria: 12 horas

Docente:

Schroeder Walter Fabián - Especialista en Ciencia de Materiales

CURSO 6:

Formación de habilidades digitales para la Mejora de la Empleabilidad e Inserción Laboral en Población Vulnerable

OBJETIVO:

Desarrollar competencias para mejorar la empleabilidad y procurar la inserción laboral, especialmente en nuevos oficios digitales y en la Economía del Conocimiento, para jóvenes en situación de vulnerabilidad social. Entendemos la empleabilidad como un conjunto de aptitudes y actitudes que permiten a una persona conseguir un empleo o conservar el que tienen.

METODOLOGÍA:

La propuesta implica la realización de una serie de talleres de frecuencia semanal, durante tres meses, en modalidad virtual

Los talleres semanales tendrán una duración de dos horas y contarán con la asistencia de dos facilitadores.

Entre cada encuentro semanal se dispondrá de un foro permanente de contacto e intercambio con compañeros y facilitadores, debiendo cumplir algunas consignas de trabajo individuales/grupales para cada encuentro.

PARTICIPANTES:

Se consensuará la definición de perfiles (edades y nivel/situación educativa) y el mecanismo de selección de los mismos con la Secretaria de Empleo Municipal Local

EJES DE TRABAJO - COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

- Primer mes:

- Autoconocimiento. Perfil de fortalezas características. Valores fundamentales - Comunicación efectiva y asertiva
- Herramientas de presentación CV (online y offline) y bases para las entrevistas laborales

- Segundo mes:

- Pensamiento computacional (base con Scratch para adquirir el marco del PC y la creatividad o expresión en historias gráficas con distintas herramientas)

- Tercer mes:

- Habilidades digitales para oficios en el marco de la EC (Asistencia a tareas para el comercio electrónico, catalogación de productos, georeferenciación, etiquetado semántico, subtitulación de videos, producción de videos demostrativos o educativos, diseño de encuestas online y data-entry, etc)

FACILITADORES:

Lic. Maria Paula Vega

Ing. Maria Gabriela Degiampietro

Ing. Pablo Miozzi