



Diplomatura en

Innovación y Emprendimientos Digitales

Disposición Vicerrectoral N° 39/25

Con la aprobación de la diplomatura podrás solicitar el reconocimiento de los módulos para la carrera de grado Lic. en Administración de Negocios en Internet (RM N° 2386/17). Dicho reconocimiento requiere exámenes complementarios.

UEAN



ACERCA DE LA DIPLOMATURA

La transformación digital ha cambiado radicalmente la manera en que los negocios se conciben y se gestionan. En este contexto, la innovación no surge solo de la creatividad, sino de la capacidad para analizar información, anticipar escenarios y diseñar modelos digitales viables.

Cada una de las asignaturas seleccionadas aporta un eje central que, en conjunto, permite al estudiante abordar la creación de nuevos productos, servicios y negocios desde una perspectiva integrada:

- Planificación de Negocios aporta el enfoque estratégico y de factibilidad, brindando herramientas para analizar el entorno, proyectar resultados y estructurar modelos de negocio sustentables.
- Diseño de Negocios en Internet representa el eje tecnológico y de implementación digital, ofreciendo los conocimientos necesarios para transformar ideas en proyectos concretos a través de plataformas, usabilidad y presencia online.
- Inteligencia de Negocios constituye el eje analítico y de innovación basada en datos, al introducir al estudiante en el análisis de información, la generación de reportes y dashboards que permiten descubrir patrones, anticipar tendencias y detectar oportunidades para nuevos productos y servicios.

La integración de estos tres ejes permite formar profesionales capaces de aprovechar la información como activo estratégico, transformándola en decisiones innovadoras y en emprendimientos digitales competitivos.

METODOLOGÍA

La metodología de trabajo es a distancia asincrónica con el acompañamiento y supervisión de un Tutor y la revisión de la resolución del caso.

La dinámica propuesta requiere que el alumno autogestione su proceso de aprendizaje mediante la lectura semanal y visualización de los contenidos teórico-práctico especialmente preparados para cada módulo. Al finalizar cada módulo se evaluarán los saberes mediante la resolución de cuestionarios de autoevaluación y al finalizar todos los módulos se propone el análisis y resolución de un caso de estudio. El tutor en función al análisis del caso presentado brindará el feedback correspondiente.

OBJETIVOS

- A. Comprender el proceso de planificación de negocios en contextos digitales, integrando análisis estratégico, factibilidad económica y escenarios competitivos.
- B. Desarrollar la capacidad de diseñar modelos de negocios en entornos de Internet, considerando usabilidad, plataformas tecnológicas y procesos electrónicos.
- C. Incorporar herramientas de Inteligencia de Negocios para detectar tendencias, anticipar cambios y generar nuevos productos o servicios.
- D. Integrar la mirada innovadora con datos e IA hacia la concreción de emprendimientos digitales robustos.

COMPETENCIAS A DESARROLLAR

Al finalizar la Diplomatura se espera que el participante haya incorporado los conocimientos y herramientas esperados a fin de ser capaz de:

- A. Elaborar planes de negocio digitales considerando análisis de mercado, costos y proyecciones.
- B. Diseñar emprendimientos en Internet, seleccionando plataformas, recursos tecnológicos y criterios de usabilidad.
- C. Utilizar datos y tableros de control para evaluar oportunidades de innovación en productos, servicios o procesos.
- D. Adoptar enfoques estratégicos para generar emprendimientos digitales competitivos en un mercado globalizado.

CONTENIDOS

Módulo 1: Planificación de Negocios

El contexto de los negocios y el Emprendedorismo: Componentes del contexto. Herramientas de análisis del macroambiente. Emprendimientos y emprendedores; factores claves de éxito de los nuevos emprendimientos y la creación de empresas. Competencias y habilidades para emprender negocios. Plan de Negocios: Proyectos y objetivos. Análisis de escenarios. Concepto de Planeamiento estratégico. Proceso formal de Planificación. Estratégica. Plan de negocio. Inversión necesaria, factibilidad económica. Factibilidad Financiera. Organización y gestión empresarial: Producto. Mercado: Diferencias entre productos y servicios. Definición del bien comercializable. Clientes. Tamaño del mercado. Mercado potencial. El futuro del negocio. Niveles de

planificación. Análisis competitivo. Alianzas estratégicas. Información económica y financiera. Inversión necesaria. Análisis de costos y punto de equilibrio. Proyección de resultados y flujo de fondos. Costos fijos y variables. Costos directos e indirectos. Punto de equilibrio. Etapas para la implementación de una estrategia de marketing. Management y Operaciones: Marketing y ventas: análisis FODA. Políticas de producto, atención al cliente, precios y distribución. Comunicación. Estrategia de ventas. Criterios funcionales y operativos. Recursos Humanos. Nuevos Modelos de Gestión de Negocios: Modelo de Gestión CANVAS y Método LEAN START concepto. Estructura. Aplicación. Aportes. Gestión estratégica. Gestión de la calidad. Management. Gestión bajo análisis de riesgos

Módulo 2: Diseño de Negocios en Internet

Tecnologías de la Información y comunicación incorporadas al negocio. Elección del Dominio del Negocio en Internet. Contratación de proveedores de servicio (ISP). Responsabilidad de los ISP. Contratos en el Ciberespacio. Diseño Web. XHTML. Javascript. CSS. Herramientas. Navegadores. Resoluciones de Pantalla. Formatos de Imágenes. Tipografías. Colores. Formas. Animaciones y Videos. Responsive Design. Diseño Mobile. Diseño Estático vs. Dinámico. Sistemas basados en Plantillas. Navegación. Usabilidad. Desarrollo de Sistemas. Ciclo de Vida de los Sistemas. Análisis de otros lenguajes utilizados en la Web (VRML, XML, PHP, ASP.NET, JSP, Python, Ruby, C#, JAVA y otros) y APP (aplicaciones móviles). Ventajas, desventajas del uso de cada lenguaje. Decisión de la infraestructura y plataforma Tecnológica para diseñar el negocio y su e-commerce. Etapas del desarrollo del negocio en Internet.

Módulo 3 : Inteligencia de Negocios

Nociones de Bases de datos. El sistema manejador de bases de datos (DBMS). El administrador de la base de datos (DBA). Tipos de modelos de base de datos. Obtención de la información como activo principal del negocio en la toma de decisiones. Manipulación de la Información. Concepto de Inteligencia de Negocios. Análisis. Proceso de toma de decisiones en los negocios. Estrategias y ventajas competitivas. Business Intelligence. Productos: Cuadros de Mando Integrales (CMI). Sistemas de Soporte a la Decisión (DSS). Sistemas de Información Ejecutiva (EIS). Componentes: Datamart. Datawarehouse. Soluciones BI. Casos de estudio. Explotación de datos y gestión del conocimiento. Conceptos de Big Data. Data Mining. Evolución de los sistemas para la toma de decisiones. Etapas del proceso de extracción de conocimiento. Técnicas de Data Mining: Árboles de decisión, Reglas de asociación, Clustering, Redes Neuronales, y otras. Introducción a Text Mining. Desafíos en tecnologías de Big Data para el comercio electrónico.

CARGA HORARIA

135 h asincrónicas

EVALUACIÓN

La acreditación de la Diplomatura requiere la realización obligatoria de una autoevaluación múltiple- choice por cada unidad, que no aporta a la calificación. Contará con la posibilidad de dos intentos.

Por otra parte, se solicita la realización de la actividad práctica: análisis de caso de estudio propuesto como Trabajo Final de la Diplomatura

BIBLIOGRAFÍA

Módulo 1: Planificación de Negocios

Freire, A. (2013). Pasión por emprender: de la idea a la cruda realidad. Buenos Aires: Aguilar.

Coleman, D. (1996). La inteligencia emocional. Barcelona: Kairos.

Longenecker, J. ; Petty, J.; Palic, L.. (2012). Administración de pequeñas empresas: lanzamiento y crecimiento de iniciativas de emprendimiento (16ª ed.) . México, DF: Cengage Learning.

Miguez, D. (2008). El emprendedor profesional: un integrador para la creación de empresas dinámicas. Buenos Aires: Milton Merlo.

Osterwalder , A. y Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocios. Valleta Ediciones.

Penguin, R. (2014). Crear o Morir: la esperanza de Latinoamérica y las 5 claves de la innovación. México: Penguin Random House

Unicef (2015). Caja de herramientas para emprendedores. Aprender a emprender. Managua.

Ries, E. (2008). El método lean startup. Deusto.

Módulo 2: Diseño de Negocios en Internet

Palao, F.; Lapierre, M.; Ismail, S. (2019). Transformación Exponencial.

Kesmodel, D. (2008). The Domain Game: How People Get Rich From Internet Domain Names.

Dinwoodie, G.B. (2017). Secondary Liability of Internet Service Providers.

Comer, D. (2014). Computer Networks and Internets. 6ª Ed. México. AddisonWesley.

Carraro, J. M. y Duarte, Y. (2015). Diseño de experiencia de Usuario (UX).

Osterwalder A., Pigneur Y. (2011). Canvas, Generación de nuevos modelos de negocio.

Módulo 3 : Inteligencia de Negocios

Azarmi, B. (2016). Scalable Big Data architecture: A practitioner's guide to choosing relevant big data architecture. Berkeley: Apress.

Collie, R. (2016). Power pivot and power BI. Estados Unidos: Holy Macro! Books

Hernández Orallo, J. (2004). Introducción a la minería de datos. Madrid: Pearson Educación

Fuentes abiertas varias preseleccionadas por el profesor.

Marr, B. (2015). Big Data using smart big data analytics and metrics to make better decisions and improve performance. Kogan Page Publishers

Marr, B. (2017). Data strategy: How to profit from a world of Big Data, analytics and the internet of things. Kogan Page Publishers

Oppel, A. (2009). Fundamentos del SQL. Estados Unidos: Mc Graw Hill

UEAN

WWW.UEAN.EDU.AR