

Diplomatura Universitaria en Transformación Organizacional

A través de la Secretaría de Asuntos Académicos de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba se propone el dictado del siguiente trayecto formativo:

a) Denominación

Diplomatura Universitaria en Transformación Organizacional

b) Requisitos de ingreso

Estudios secundarios completos.

c) Objetivos

Objetivo General

- **Incorporar nuevas perspectivas, conocimientos y habilidades** para impulsar el **desarrollo de organizaciones, empresas o emprendimientos** en el actual de contexto de la Industria 4.0 y la transformación digital.

Objetivos Específicos

- Introducir los aspectos esenciales de la **innovación** y la **creatividad**.
- Explorar las **nuevas tecnologías de la Industria 4.0** y su impacto en la **creación de valor** y en las **estrategias de desarrollo de negocios**.
- Reconocer los atributos de una **cultura organizacional orientada a la innovación, el trabajo colaborativo, ágil y digital**.
- Experimentar **metodologías ágiles** para impulsar la innovación.
- Introducir los aspectos fundamentales de la **Estrategia y la generación de Modelos de Negocio**.
- Reconocer el **patrón de pensamiento y accionar** de la **mentalidad emprendedora**.
- **Incorporar** una mirada estratégica y *metodología lean* para **crear valor e integrar todas las áreas de un negocio**.
- Experimentar **metodologías ágiles y sencillas** para transformar **ideas o proyectos en emprendimientos o negocios concretos**.

- Introducir los aspectos fundamentales de la **comunicación y el marketing en el contexto digital**.
- Incorporar herramientas para el **análisis estratégico del mercado y el consumidor**.
- Explorar **los atributos, arquetipos y narrativas de marca**.
- Experimentar **metodologías** para desarrollar una **marca y plan de marketing**.
- Introducir los aspectos fundamentales para fortalecer y expandir las **habilidades de liderar y comunicar efectivamente**.
- **Diseñar estratégicamente las presentaciones**.
- Ejercitar las **habilidades de oratoria**
- **Introducir** los aspectos fundamentales para construir y mantener una **cultura y narrativa organizacional sólida** que impulsen el **compromiso y la retención de los colaboradores**, como así también el desarrollo de la **reputación y marca empleadora**.
- Diseñar **propósitos, valores, y creencias** organizacionales que inspiren y creen valor.
- Experimentar **metodologías** para la **construcción de narrativas**
- **Diseñar el viaje y las experiencias del cliente**

d) Justificación

Las **nuevas tecnologías y las nuevas maneras de percibir el mundo** están impulsando **cambios cada vez más radicales** en la forma de producir, trabajar, comunicar, aprender, ¡y vivir! En este contexto las organizaciones tienen el **desafío de adaptarse** a los rápidos y constantes cambios que caracterizan a los nuevos mercados. No obstante, no siempre lo pueden hacer a la velocidad requerida.

Los dogmas, **los sistemas y mentalidades heredadas** muchas veces se constituyen como el **principal obstáculo para el desarrollo organizacional**, ¡y profesional!. Y si bien la **tecnología es un factor determinante** en todo este contexto, por sí sola no es la solución. Aplicar tecnología a las clásicas formas de entender la generación de valor, no transforma.

La transformación está sensiblemente asociada a la **habilidad de desarrollar culturas organizacionales flexibles y abiertas al cambio**. Precisamente, con este **propósito** fue diseñada esta diplomatura, para **potenciar las habilidades innovativas de las organizaciones y sus colaboradores**.

e) Destinatarios

Este programa es ideal para:

- Emprendedores
- Mandos medios de PyMES u organizaciones.
- Personas que se desempeñan en las funciones vinculadas con los recursos humanos, la comercialización, ó el desarrollo de productos y servicios.

f) Pertinencia

La Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba brinda formación en las temáticas que propone la diplomatura. La currícula de grado (Licenciatura en Agroalimentos - Optativa I) y de posgrado (Maestría en Ciencias Agropecuarias) cuentan con la materia **Marketing Estratégico**. En las mismas se abordan los **aspectos fundamentales de la comunicación, la comercialización y los negocios en el contexto de la revolución digital y la Industria 4.0**. Éstas incluyen un taller extra programático enfocado en el **desarrollo de las habilidades de presentación efectiva y oratoria**.

Este mismo taller ha sido brindado a los becarios investigadores de la **Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Facultad de Ciencias Agropecuarias**, como así también a un equipo de investigadores del CONICET de la Universidad Nacional de Córdoba.






A partir de la iniciativa del coworking FCAco, ubicado en el campo escuela, la Facultad ha incorporado a través de la **Secretaría de Asuntos Académicos** y la **Subsecretaria de Egresados** la propuesta de **actividades de pensamiento creativo e innovación** (hackatones, sprints, etc). Las **dinámicas de trabajo colaborativo** han estado asociadas a **desafíos de mejora continua** de nuestra unidad académica, de la que han participado representantes de todos los claustros. Así también se han realizado estos desafíos de innovación en **vinculación con empresas y otros actores del sector** para abordar problemáticas y oportunidades de interés en común.

g) Estructura

El programa está estructurado en **5 módulos a lo largo de 5 meses**. Cada módulo tiene **un mes de duración y está compuesto por 6 unidades de aprendizaje**.

Diplomatura Universitaria en Transformación Organizacional

Módulos

					
	Innovación y Creatividad	Marketing y Redes Sociales	Liderazgo y Comunicación Efectiva	Cultura y Narrativas Organizacionales	Estrategia y Modelo de Negocio
Teórico	Unidad 1 Momento Wiki: Innovación y Creatividad	Unidad 1 Momento Wiki: Marketing y el Cliente 2.0	Unidad 1 Momento Wiki: Liderazgo	Unidad 1 Momento Wiki: Cultura Organizacional	Unidad 1 Momento Wiki: Estrategia, Modelos y Plan de Negocios
	Unidad 2 Transformación Digital e Industria 4.0	Unidad 2 Análisis Estratégico de los Mercados	Unidad 2 Liderar a otros y a uno mismo	Unidad 2 Cultura y Rendimiento	Unidad 2 Estrategia Lean y Mentalidad Emprendedora
Práctico	Unidad 3 ¿Quién mató al cliente?	Unidad 3 ¿Cuál es tu huella digital?	Unidad 3 ¿Cuán efectivo sos comunicando?	Unidad 3 ¿Qué historia cuentan de ti?	Unidad 3 ¿Cómo ganar dinero?
Herramientas	Unidad 4 Mapa del Viaje del Cliente	Unidad 4 Diseño de Marca	Unidad 4 Diseño de Liderazgo Ágil	Unidad 4 Diseño de Cultura	Unidad 4 Canvas de Propuesta de Valor
	Unidad 5 Pensamiento de Diseño	Unidad 5 Plan de Marketing	Unidad 5 Diseño de Presentaciones	Unidad 5 Diseño de Narrativa	Unidad 5 Canvas de Modelo de Negocio
Trabajo Final	Unidad 6 Desafío de Innovación	Unidad 6 Desafío de Marketing	Unidad 6 Desafío de Presentación	Unidad 6 Desafío de Cultura y Narrativa	Unidad 6 Desafío de Modelo de Negocio
	30 horas	30 horas	30 horas	30 horas	30 horas
	4 semanas	4 semanas	4 semanas	4 semanas	4 semanas

Metodología:

Expositiva. Las unidades 1 y 2 de cada módulo están orientadas a exponer y explicar las principales teorías y conceptos de las temáticas del módulo.

Actividad práctica. La unidad 3 de cada módulo está orientada a realizar un trabajo práctico y debate relacionado con el contenido teórico expuesto.

Experimentación y Estudio de Casos. La unidad 4 y 5 de cada módulo están orientadas a explicar y experimentar herramientas de diagnóstico, análisis y creación de valor en las temáticas del módulo.

Aprendizaje orientado a un proyecto (AOP) y Metodologías Ágiles. La unidad 6 organizará los aprendizajes de todo el módulo alrededor de un desafío (Trabajo Final)

Características:

Temáticas

El programa ofrece una variedad de módulos vinculados con **diferentes áreas de desarrollo** que son **tendencia** en la gestión de las organizaciones. Actualmente se ofrecen 5 temáticas. La oferta de módulos se propondrá ser dinámica, para ampliar las opciones formativas.

Autodiseño

El estudiante puede **personalizar su experiencia de aprendizaje** en función de sus necesidades e intereses de desarrollo. Deberá **seleccionar al menos 4 módulos** (120 horas), entre todos los 5 disponibles.

Inicio Flexible

El estudiante puede **comenzar a cursar en cualquier módulo que esté próximo a iniciar.**

Orientación práctica

Cada módulo cierra con una dinámica de metodologías ágiles **orientada al desarrollo de un proyecto** en el cual aplicar y articular los conocimientos teóricos y las actividades prácticas desarrolladas en el cursado del mismo.

h) Contenidos

Módulo Innovación y Creatividad



Este módulo introduce los aspectos esenciales de la **innovación** y la **creatividad**. Exploraremos las **nuevas tecnologías de la Industria 4.0** y su impacto en la creación de valor, y en las **estrategias de desarrollo de negocios y comercialización**. Aprenderemos los atributos de una **cultura organizacional orientada a la innovación, el trabajo colaborativo, ágil y digital**. Se experimentarán **metodologías y herramientas** para impulsar la innovación y transformación digital.

Unidad 1: Momento Wiki: Innovación y Creatividad

¿De qué hablamos cuando hablamos de...? Analizaremos **aspectos esenciales de la Innovación y la Creatividad** desde conceptos, tipologías y características hasta mitos, mentalidad y contexto de las mismas. Ejercicios para trabajar en creatividad.

Unidad 2: Transformación Digital e Industria 4.0

Exploraremos y analizaremos la **cultura digital** y las **nuevas tecnologías exponenciales y sus aplicaciones** para comprender el modo en que están transformando la creación de valor en todas las industrias.

Unidad 3: ¿Quién mató al cliente?

¿Innova o muere? Realizaremos una actividad práctica para analizar y debatir **casos de compañías que dominaban sus sectores** y fueron **incapaces de adaptarse a las constantes transformaciones culturales y tecnológicas**, y terminaron siendo **desplazadas por competidores más pequeños** que sí supieron interpretar el cambio.

Caja de Herramientas: *¿Y en qué innovo? ¿Cómo puedo ser más creativo?* Se presentará el potencial de dos herramientas que proveen de marcos de trabajo o estímulos que ayudan a impulsar la transformación organizacional en la era digital.

Unidad 4: Mapa del Viaje del Cliente

Herramienta. Diagrama que muestra el recorrido extremo a extremo que hace el cliente antes, durante y después de adquirir un producto o servicio. Diseño de Experiencia.

Unidad 5: Pensamiento de Diseño

Herramienta. Metodología ágil para la gestión de la innovación centrada en el cliente y la resolución de problemas, satisfacción de necesidades, y/o generación de oportunidades de negocio.

Unidad 6: Desafío de Innovación

Taller de Metodologías Ágiles. Se organizarán los aprendizajes de todo el módulo alrededor de un **desafío de innovación y creatividad en equipos. Desarrollo de un proyecto escrito y defensa oral del mismo.** Las variables que se evaluarán son la incorporación de los **principales conceptos teóricos**, la **originalidad de la propuesta**, la **practicidad de su implementación**, lo **didáctico de la presentación visual y oral.**

Módulo Marketing y Redes Sociales



Este módulo introduce los aspectos fundamentales de la **comunicación y el marketing en un mundo hiperconectado y digital.** Se explorarán los **principios, dinámicas y estrategias** para el análisis estratégico del **mercado y el consumidor.** Analizaremos la importancia de **desarrollar y compartir narrativas de marcas.** Se experimentarán **metodologías y herramientas** para diseñar una marca y un plan de marketing.

Unidad 1: Momento Wiki: Marketing y el Cliente 2.0

¿De qué hablamos cuando hablamos de...? Analizaremos **aspectos esenciales de la comunicación, el marketing, y los clientes** con la penetración de Internet, las plataformas y redes sociales en todas las industrias. Cambio de paradigma. Protapersona.

Unidad 2: Análisis Estratégico de los Mercados

Exploraremos cómo **investigar y analizar el entorno, las tendencias de la industria y las necesidades de los clientes.** Herramientas para identificar *Insights*.

Unidad 3: ¿Cuál es tu huella digital?

¿Hazte la fama y échate a dormir? Analizaremos y debatiremos **casos de líderes, marcas y compañías** y su presencia digital. Realizaremos una actividad práctica para **diagnosticar la presencia de marca en canales digitales** de los emprendimientos, comercios, empresas de los participantes.

Caja de Herramientas: *¿Y cómo me organizo? ¿Cómo puedo conectar con el público?*

Se presentará el potencial de dos herramientas que proveen de marcos de trabajo o estímulos que ayudan a impulsar la estrategia de comercialización

Unidad 4: Diseño de Marca

Herramienta. Diseño del arquetipo y estrategia de marca. Desarrollo de narrativas en torno a la historia, identidad de marca y objetivos de comercialización.

Unidad 5: Plan de Marketing

Herramienta. Planificación en una secuencia lógica de las acciones necesarias para alcanzar los objetivos de comercialización de productos y/o servicios. Hoja de ruta.

Unidad 6: Desafío de Marketing

Taller de Metodologías Ágiles. Se organizarán los aprendizajes de todo el módulo alrededor de un **desafío de marketing y redes sociales. Desarrollo de un proyecto escrito y defensa oral del mismo.** Las variables que se evaluarán son la incorporación de los **principales conceptos teóricos**, la **originalidad de la propuesta**, la **practicidad de su implementación**, lo **didáctico de la presentación visual y oral.**

Módulo Liderazgo y Comunicación Efectiva



Este módulo introduce los aspectos fundamentales para fortalecer y expandir las **habilidades de liderar y comunicar efectivamente a diferentes públicos y entornos de una organización.** A través de un trabajo de exploración personal, comprendemos los **tipos de motivación, inteligencia emocional y métodos de comunicación** para establecer un **estilo de liderazgo personal.** Determinaremos las mejores **estrategias para gestionar equipos.** Aprenderemos a **diseñar estratégicamente las presentaciones** y ejercitaremos la **oratoria** para ganar la confianza hablando de forma entretenida, espontánea y auténtica.

Unidad 1: Momento Wiki: Liderazgo

¿De qué hablamos cuando hablamos de...? Analizaremos **aspectos esenciales del liderazgo**, aclarando las relaciones entre conceptos clave como autogestión, autoridad, poder, influencia, política, negociaciones, gestión del cambio, toma de decisiones.

Unidad 2: Liderar a otros y a uno mismo.

Comportamientos de los líderes y los diferentes estilos de liderazgo. Orientación a la tarea, orientación a la relación, empoderamiento, autenticidad y formación de equipos. **Trabajo de introspección**, analizando cuestiones sobre el yo interior, la atención plena, la multitarea, la inteligencia emocional, la mentalidad de aprendizaje y las fortalezas positivas.

Unidad 3: ¿Cuán efectivo sos comunicando?

¿Se puede liderar bien comunicando mal? La **comunicación interpersonal** es una de las habilidades gerenciales más importantes. Realizaremos una actividad práctica para aprender sobre los **aspectos claves y sesgos** de la misma que los líderes deben tener en cuenta al comunicarse.

Caja de Herramientas: ¿Cómo diseñar mi estilo de liderazgo? ¿Cómo puedo comunicar efectivamente? Se presentará el potencial de dos herramientas que proveen de marcos de trabajo o estímulos que ayudan a impulsar tus habilidades.

Unidad 4: Diseño de Liderazgo Ágil

Herramienta. **Principios y dimensiones, y competencias** que deben desarrollar los líderes para la transformación organizacional.

Unidad 5: Diseño de Presentaciones

Herramienta. **Guía práctica para diseñar** de manera fácil, ágil e iterativa **charlas y presentaciones**. Experimentaremos con múltiples recursos y ejercicios concretos que ampliarán las habilidades de comunicar. Ejercicios de oratoria.

Unidad 6: Desafío de Presentación

Taller de Metodologías Ágiles. Se organizarán los aprendizajes de todo el módulo alrededor de un **desafío de oratoria y presentación efectiva. Desarrollo de un proyecto escrito y defensa oral del mismo.** Las variables que se evaluarán son la incorporación de los **principales conceptos teóricos**, la **originalidad de la propuesta**, la **practicidad de su implementación**, lo **didáctico de la presentación visual y oral**.

Módulo Cultura y Narrativas Organizacionales



Este módulo introduce los aspectos fundamentales para construir y mantener una **cultura y narrativa organizacional sólida** que impulsen el **compromiso y la retención de los colaboradores**, como así también el desarrollo de la **reputación y marca empleadora**. Aprenderemos a examinar, reconocer y diseñar **propósitos, valores, y creencias** organizacionales que inspiren y creen valor. Analizaremos cómo implementar y gestionar el cambio a través de la **construcción de narrativas y experiencias del cliente interno**.

Unidad 1: Momento Wiki: Cultura Organizacional

¿De qué hablamos cuando hablamos de...? Analizaremos **aspectos esenciales de la cultura organizacional y su importancia**. Exploraremos el rol que cumplen el **propósito, los valores y las creencias**. Analizaremos desde los elementos hasta el sistema. Debataremos los **riesgos y oportunidades**.

Unidad 2: Cultura y Rendimiento

Aprenderemos la **relación entre cultura y rendimiento**. Analizaremos casos de distintas organizaciones con **culturas extraordinarias** frente a las mediocres, incluso tóxicas. Tipos de culturas. **Políticas organizacionales**. Lo bueno, lo malo y lo feo. Exploraremos cómo **impulsar el trabajo colaborativo y el intercambio de ideas** para garantizar que la organización prospere.

Unidad 3: ¿Qué historia cuentan de ti?

Cultura y Narrativas ¡Eres la historia que cuentas! Las historias son una poderosa **herramienta para la persuasión y cohesión**. Cuándo y por qué es importante contar historias. Realizaremos una actividad práctica para analizar cómo marcas y líderes **vinculan la cultura y narrativa a los objetivos estratégicos corporativos**. **Tipos de narrativas:** internas, externas, de marca.

Caja de Herramientas: *¿Cómo diseñar e impulsar una determinada cultura organizacional? ¿Cómo identificar y contar narrativas organizacionales?* Se presentará el potencial de dos herramientas que proveen de marcos de trabajo o estímulos que ayudan a impulsar tus habilidades.

Unidad 4: Diseño de Cultura

Herramienta. **Guía práctica** para diseñar una cultura organizacional que impulse el **trabajo colaborativo, el intercambio de ideas y la mejora continua**.

Unidad 5: Diseño de Narrativa

Herramienta. **Guía práctica** para **reconocer, registrar, diseñar y compartir las narrativas organizacionales**.

Unidad 6: Desafío de Cultura y Narrativa

Taller de Metodologías Ágiles. Se organizarán los aprendizajes de todo el módulo alrededor de un **desafío de diseño de cultura y narrativa organizacional**. **Desarrollo de un proyecto escrito y defensa oral del mismo**. Las variables que se evaluarán son la incorporación de los **principales conceptos teóricos**, la **originalidad de la**

propuesta, la practicidad de su implementación, lo didáctico de la presentación visual y oral.

Módulo Estrategia y Modelo de Negocio



Este módulo introduce los aspectos fundamentales de la **Estrategia y la generación de Modelos de Negocio**. Reflexionaremos sobre potencial que tiene en el desarrollo de un negocio **el patrón de pensamiento y accionar de la mentalidad emprendedora**. Exploraremos marcos conceptuales para incorporar una mirada estratégica y *lean* para **crear valor e integrar todas las áreas de un negocio**. Se experimentarán **metodologías y herramientas ágiles y sencillas para transformar ideas o proyectos en emprendimientos o negocios concretos**.

Unidad 1: Momento Wiki: Estrategia, Modelos y Plan de Negocio

¿De qué hablamos cuando hablamos de...? Analizaremos **aspectos esenciales y las diferencias** entre una **Idea, Estrategia, Modelo** y un **Plan de Negocios**.

Unidad 2: Estrategia Lean y Mentalidad Emprendedora

Analizaremos **qué es una estrategia y cómo enfocarse para la toma de decisiones**. Conoceremos las **características de la mentalidad emprendedora**. Exploraremos la **filosofía y metodología de Lean Startup**. Ecosistemas. Estrategias de Liderazgo de costos, Diferenciación, Enfoque. Corporativa, Competitiva y Funcional. Estrategias de Océano Azul.

Unidad 3: ¿Cómo ganar dinero?

Modelo de Negocio *¡No me lo cuentes, muéstramelo!* Analizaremos y debatiremos los **modelos de negocios exitosos** de diferentes compañías de la **economía digital**. Realizaremos una actividad práctica de **diseñar diferentes modelos de negocio** a partir de un mismo producto. **B2B, B2C, C2B, B2B2C, B2G, P2P, C2C, B2I**.

Caja de Herramientas: *¿Cuál es la promesa de valor que tengo que hacerle a mis clientes para tener éxito comercial? ¿Cómo puedo analizar y tomar decisiones sobre las áreas fundamentales de una empresa?* Se presentará el potencial de dos herramientas que proveen de marcos de trabajo para una mirada sencilla, práctica y sistémica.

Unidad 4: Canvas de Propuesta de Valor

Herramienta. Mapa estratégico para **visualizar y comprender de manera sistémica** las necesidades y deseos de cada **perfil de cliente**, y el **encaje con la promesa de valor** de productos y/o servicios.

Unidad 5: Canvas de Modelo de Negocio

Herramienta. Mapa estratégico **para visualizar, organizar y evaluar de manera sistémica los aspectos esenciales de un negocio.**

Unidad 6: Desafío de Modelo de Negocio

Taller de Metodologías Ágiles. Se organizarán los aprendizajes de todo el módulo alrededor de un **desafío de diseño de un Modelo de Negocio. Desarrollo de un proyecto escrito y defensa oral del mismo.** Las variables que se evaluarán son la incorporación de los **principales conceptos teóricos**, la **originalidad de la propuesta**, la **practicidad de su implementación**, lo **didáctico de la presentación visual y oral.**

i) Carga Horaria

Se desarrollará en una **carga horaria total de 150 horas.** Se otorgará por cada módulo de **30 horas el equivalente de 1 RTF (Reconocimiento de Trayecto Formativo)** de acuerdo a lo detallado en los cuadros de cronograma de dictado. La aprobación completa de la diplomatura otorga un total de 5 RTF

j) Requisitos de ingreso

Estudios secundarios completos.

Para acceder al contenido de la diplomatura es necesario una **computadora de escritorio, notebook, tableta o dispositivo móvil con micrófono, cámara y conexión a internet.**

Los participantes necesitarán tener **actualizada la versión del navegador** que usen para acceder de **manera sincrónica a las clases en línea (Plataforma Meet)** y al **contenido asincrónico** (Plataforma de Campus Virtual e la Facultad de Ciencias Agropecuarias. YouTube, etc) Las clases estarán disponibles también de modo asincrónico.

Se requiere **Microsoft Office o Documentos Google**, además de un **visor de PDF**, para acceder a las guías prácticas, documentos, presentaciones y para realizar los trabajos prácticos.

Para la **modalidad presencial** se requiere hojas y lapicera para el desarrollo del trabajo final en equipo. Se sugiere contar por equipo con el recurso de al menos una **notebook o tableta para las presentaciones y defensas de los mismos**.

k) Modalidad de cursado

La **modalidad de cursado** será **sincrónica en línea (o videoconferencia)** para las **unidades 1, 2, 3, 4 y 5** de cada módulo. El tipo de contenido será teórico-práctico. Se realizará a través de la Plataforma Meet.

Las clases se acompañarán con **contenido asincrónico autoadministrado**. Se incluirán como **métodos didácticos** para el aprendizaje en entornos remotos: tutoriales explicativos, entrevistas a expertos, estudios de casos, test de autoevaluación y foros de participación. Se realizará a través del entorno Google y del Campus Virtual de la Facultad de Ciencias Agropecuarias.

La **modalidad de cursado** de las **unidades 6 de cada módulo** serán **presenciales** y consistirán en **jornadas integradoras orientadas a proyectos**.

l) Cronograma de dictado

Módulo		Horas Sincrónicas	Día/Semana	Horas Presenciales	Día/Semana	Horas Asincrónicas	Horas Totales
	Innovación y Creatividad	12	Martes y Jueves Semana 1 a 4	8	Sábado Semana 5	10	30
	Marketing y Redes Sociales	12	Martes y Jueves Semana 6 a 9	8	Sábado Semana 10	10	30
	Liderazgo y Comunicación Efectiva	12	Martes y Jueves Semana 11 a 14	8	Sábado Semana 15	10	30
	Cultura y Narrativas Organizacionales	12	Martes y Jueves Semana 16 a 19	8	Sábado Semana 20	10	30
	Estrategia y Modelo de Negocio	12	Martes y Jueves Semana 21 a 24	8	Sábado Semana 25	10	30

m) Curriculum Vitae y datos de contacto del docente

Magister Andrea Martínez Rojas

Correo Electrónico: andreamartinezrojas@unc.edu.ar

Teléfono: +54 9 3512286432

Certificación de posgrado en **Innovación y Emprendimiento en Stanford University** (EE.UU). Maestría en **Comunicación y Marketing en la Universidad Santiago de Compostela** (España). Licenciada en **Comunicación Social en la Universidad Nacional de Córdoba** (Argentina)

Experiencia profesional de más de **15 años en las áreas de marketing e innovación** en empresas y organizaciones de Argentina y España. Actualmente trabajo como **consultora en marketing, narrativas digitales e innovación principalmente para el sector tecnológico, de la economía del conocimiento y agroindustrial.**

Profesora Ayudante A dedicación exclusiva de Marketing Estratégico en la Licenciatura de Agroalimentos de la **Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba** y en la **Maestría de Administración de Empresas (MBA)** de la Escuela de Negocios de la Universidad Católica de Córdoba.

Tengo una **columna periodística semanal en Canal 10 para divulgación del Marketing y la Innovación.**

Desarrollé un **canal de Youtube con entrevistas a expertos referentes en tecnologías de la Industria 4.0, marketing y negocios digitales.**

Escribí una **guía práctica o manual para desarrollar un Plan de Marketing**, y otro para impulsar el pensamiento creativo y la innovación en base a la **metodología ágil en Design Thinking.**

Lidero y coordino un **programa de mujeres emprendedoras** con el apoyo de la **Agencia Innovar y Emprender del Gobierno de Córdoba** para desarrollarlas en como emprendedoras.

Soy consultora de la **Agencia Conectividad Córdoba del Gobierno de Córdoba** en sus **comités de Innovación, Comercial y Desarrollo de Red.**

Oradora en un evento **TEDx** donde hablé del poder de las historias personales, y lo que hacemos de ellas. Desarrollé una **guía escrita y un tutorial audiovisual sobre cómo constar buenas historias y ser un buen orador.**

n) Docentes

Los docentes que participarán en el dictado de esta diplomatura son profesores de la Facultad de Ciencias Agropecuarias de la Universidad Nacional de Córdoba:

Mgter. Andrea Martínez Rojas

Mgter. Ing Agr. Francisco Funes

o) Modalidades de evaluación

Se realizará una **evaluación integradora al finalizar cada módulo**. Consistirá en **aplicar los aprendizajes teóricos y prácticos** adquiridos con el cursado en el **desarrollo y defensa de un proyecto**. Este trabajo final será en equipos y se llevará adelante en la última unidad de cada módulo. Tendrá un abordaje desde las **metodologías ágiles**.

Recuperación. En caso de no alcanzar la nota de 6 o porcentaje de asistencia mínimo en algún módulo, se habilitará una instancia de recuperación. La misma consistirá en un examen oral.

p) Requisitos de aprobación

Se aprobará cada módulo con una **nota igual o superior a 6 puntos sobre 10**, y un **60% de asistencia a clases**. La **nota final de la Diplomatura** resultará del **promedio** de las evaluaciones de cada uno de los cinco módulos cursados por el estudiante.

q) Bibliografía

Módulo Innovación y Creatividad

- Dave Gray, S. Brown and J. Macanufo (2010) **“Gamestorming: A Playbook for Innovators, Rulebreakers, and Changemakers”** O’Reilly.
- Tom Kelley, Jonathan Littman (2009) **“The Art of Innovation: Lessons in Creativity from IDEO, America’s Leading Design Firm”** Doubleday Transworld USA.
- Henry Chesbrough (2009) **“Innovación Abierta”** Plataforma Editorial.
- Klaus Schwab (2016) **“La Cuarta Revolución Industrial”** Editorial Debate.
- Kevin Kelly (2017) **“Lo Inevitable. Entender las 12 fuerzas tecnológicas que configuran nuestro futuro”** S.L. Teel Editorial.
- Salim Ismail, Michael S. Malone (2016) **“Organizaciones Exponenciales: por qué existen nuevas organizaciones diez veces más escalables y rentables que la tuya (y qué puedes hacer al respecto)”** Bubok Publishing.

- Jeff Gothelf (2017) **“Lean vs Agile vs Design Thinking: Lo que realmente necesitas conocer para construir productos digitales con equipos de alto rendimiento”** Createspace Independent Pub
- Tim Brown, Barry Katz (2009) **“Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation”** Harpercollins Pub.

Módulo Marketing y Redes Sociales

- Philip Kotler (2018) **“Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital”** Valletta Ediciones.
- Alonso Coto, M. (2012) **“El Plan de Marketing Digital. Blended Marketing como integración de acciones on y offline”** Pearson.
- Guy Kawasaki, Peg Fitzpatrick (2016) **“El Arte del Social Media”** Best Business
- Aaker A. David (2014) **“Las Marcas según Aaker. 20 Principios que llevan al Éxito”** Empresa Activa.
- Aaker A. David (2018) **“Creating Signature Stories”** Portfolio
- Al Ries, Jack Trout (2016) **“Posicionamiento: la batalla por su mente”**. Mc Graw Hill.
- Seth Godin (2014) **“El Marketing del Permiso”** Empresa Activa.
- Chris Anderson (2007) **“La Economía Long Tail”** Ediciones Urano.
- Schiffmanm Kanuk (2010) **“Comportamiento del Consumidor”** Pearson

Módulo Liderazgo y Comunicación Efectiva

- Daniel Coleman (2022) **“La Inteligencia Emocional, porqué es más importante que el cociente intelectual”**. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Daniel Coleman, Peter Drucker (2010) **“Liderando Personas”**. Editorial Profit
- Dale Carnegie (2002) **“Descúbrase como líder”**. Editorial Edhasa
- Stephen Covey (2015) **“Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva”**. Ediciones Paidós Ibérica
- Seth Godin (2009) **“Tribus: necesitamos que tú nos lideres”**. Ediciones Gestión
- John C. Maxwell (2011) **“Líder de 360. Cómo desarrollar su influencia desde cualquier posición en su organización”** Grupo Nelson.
- John C. Maxwell (2009) **“21 Reglas Irrefutables del Liderazgo”** Grupo Nelson.
- Simon Sinek (2019) **“Los líderes comen al final”** Editorial Activa
- Robert L. Sutton (2010) **“Buen jefe, mal jefe. Cómo será el mejor y aprender de los peores”** Penguin Random House Grupo Editorial.

- Chris Anderson (2013). **“Charlas TED. La guía oficial de TED para hablar en público.”** Paidós
- Nancy Duarte (2012) **“Slide:ology: Arte y Ciencia para crear presentaciones convincentes”** Conecta

Módulo Cultura y Narrativas Organizacionales

- Tony Hsieh (2010) **“Delivering Happiness ¿Cómo hacer felices a tus empleados y duplicar tus beneficios?”**. Profit Editorial
- Kim Gorsuch, Josh Jones-Dilworth (2018) **“The Culture Book: When culture clicks. How to build incredible culture from 32 companies who have done it”** Margaret Collins
- Salir Ismail (2016) **“Organizaciones Exponenciales. Por qué las nuevas organizaciones son diez veces mejores, más rápidas y más baratas que la suya (y qué hacer al respecto)”** Bubok Publishing
- Simon Sinek (2019) **“Empieza con el porqué. Cómo los grandes líderes motivan a actuar”** Empresa Activa.
- Randy Grieser, Eric Stutzman **“The Culture Question: How to create a Workplace where people like to work”** Greenleaf Book Group Press
- Robert Richman **“The Culture Blueprint: a Guide to Building the High-Performance Workplace”**
- David Aaker (2017) **“Creating Signature Stories. Strategic messaging that persuades, energizes and inspires”** Morgan James Publishing
- Emma Coats (2013) **“22 Reglas de Storytelling de Pixar para contar historias”**.
- Jennifer Aaker, Andy Smith (2011) **“The Dragonfly Effect: Quick, Effective, and Powerful Ways To Use Social Media to Drive Social Change”** Wiley

Módulo Estrategia y Modelos de Negocio

- Philip Kotler (2018) **“Marketing 4.0: Transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital”** Valletta Ediciones.
- Michael E. Porter (2009) **“Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores”**. Ediciones Pirámide.
- Ries, Eric (2012) **“El método Lean Startup. Cómo crear empresas utilizando la innovación continua”**. Ediciones Deusto
- Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2013). **“Generación de modelos de negocio”** Grupo Planeta

- Alexander Osterwalder, Yves Pigneur (2015). **“Diseñando la propuesta de valor: cómo crear productos y servicios que tus clientes estén esperando”** Ediciones Deusto
- David J. Bland, Alexander Osterwalder (2023). **“Cómo testar ideas de negocio”** Grupo Asis
- Carol S. Dweck (2006). **“Minset. The new psychology of success”**. Random House Publishing Group

r) Modelo de Certificado a otorgar

La Facultad de Ciencias Agropecuarias de la UNC CERTIFICA que
..... (NOMBRE DE LA PERSONA)
DNI(NÚMERO DE DNI) ha cumplimentado con los requisitos
para aprobar la **Diplomatura Universitaria en Transformación Organizacional**
aprobada por Resolución N° (RHCD N°) con una **carga horaria de 150**
horas y un valor de 5 RTF. El presente certificado no habilita para ejercicio profesional.

Firma, de la docente coordinadora
Firma, de la autoridad que determine la Facultad.



Universidad Nacional de Córdoba
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico

Número:

Referencia: Anexo I - Diplomatura Universitaria en Transformación Organizacional

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 18 pagina/s.