



UNIVERSITARIO  
CRANDON



# ESPECIALIZACIÓN EN **TRANSFORMACIÓN DIGITAL**

**¡Conviértete en un experto en organizaciones digitales!**  
En este posgrado aprenderás sobre el impacto de la **transformación digital** en los negocios, desarrollando técnicas para lograr mejores resultados, acelerar tus negocios e impulsar las ventas.

## **OBJETIVOS GENERALES**

Cubrir una demanda del mercado en la incorporación de las diferentes tecnologías de la información en las empresas uruguayas. Hemos detectado que profesionales, empresarios y colaboradores con distinta formación y de diferentes empresas en los más variados rubros encuentran barreras y/o se les dificulta gestionar el cambio en la adquisición de nuevas tecnologías que alteran sus procesos de producción, gestión o servicios que brindan, desde la incorporación de la factura electrónica, la firma electrónica, la normativa impositiva y reglamentación que los afecta, la incorporación de una estrategia de venta en línea, los diferentes canales de venta posible, la suma de una tienda virtual, el impacto y presencia en las redes sociales, un proceso de marketing digital, el cobro, las transacciones electrónicas, las diferentes formas de pago, los riesgos y la gestión e la ciberseguridad en todo el negocio.

Para cubrir esta demanda proponemos tres postgrados que tienen un primer semestre en común como pilar y un segundo semestre que los especializa en una rama concreta de actividad.

## **PÚBLICO OBJETIVO (TRANSFORMACIÓN DIGITAL):**

Empresarios, responsables o directores de empresas que quieran conocer acerca del tema con la finalidad de liderar los cambios organizacionales a los que obliga la economía digital, para poder tomar decisiones informadas junto a sus equipos de trabajo.

Profesionales del área contable, legal, finanzas, administración, RRHH, informática, ventas o marketing que quieren profundizar, profesionalizar y/o validar sus conocimientos en el tema.

## **METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA**

### **Características metodológicas:**

#### **Modalidad: Semipresencial**

La propuesta implica instancias presenciales y el uso de tecnología para la educación a distancia.

Las instancias presenciales, tendrán un fuerte componente de intercambio entre los participantes, así como entre los participantes y docentes y los participantes y los distintos colaboradores del Instituto.

Las instancias a distancia, tendrán un fuerte componente de intercambio de información, de estudio, de conocimiento, de participación en actividades con objetivos bien definidos y casos de estudio probados y de la vida empresarial.

La propuesta de organización de la agenda es de un semestre, con una carga horaria de 90 horas que corresponde a 42 clases virtuales de 2 horas por semestre, sumado a dos instancias presenciales de tres horas a realizarse los días sábado.

La propuesta general es cursar una materia a la vez, una a continuación de la otra.

La semana se organizará en 3 instancias: lunes, martes y miércoles de 1,5 horas la sesión (horario propuesto: 19:00 a 20:30 hs.) + 0,5 horas de la tarea asociada a la clase que se puede hacer cualquier día en cualquier horario en la plataforma de eLearning.

El control del avance en el aprendizaje, seguimiento y participación se hará en las actividades no sincrónicas.



La parte sincrónica se realizará utilizando Zoom. La duración de la sesión será de una hora y media.

La parte asincrónica se realizará en la plataforma de eLearning Moodle del Instituto, donde el participante tendrá que realizar tareas y actividades obligatorias y otras opcionales. Algunas serán individuales y otras grupales.

Además de las clases con foco en la materia de estudio, el posgrado tendrá por semestre 2 reuniones presenciales que se realizarán los días sábado en el horario matutino, y la duración será de 3 horas.

## **PROPIEDAD DE FECHAS:**

Semestre 1

Inicio: Marzo 2023

Costo:

Total: \$72.500

Métodos de pago: Tarjetas de crédito a consultar (hasta 12 cuotas) o contado (10% de descuento).

## **TEMARIO:**

Semestre 1 (en común para todos los postgrados)

Las materias que integran el primer semestre de los tres postgrados son las siguientes:

**01** - Introducción a e-Business y e-Commerce

**02** - Estrategias de negocios e innovación

**03** - Productos y servicios en los e-Business

**04** - Redes sociales en la cadena de valor

**05** - Ciberseguridad

**06** - Normativa



# Materia 01: Introducción a e-Business y e-Commerce

## PROGRAMA

Nombre del curso o actividad	Introducción a e-Business y e-Commerce
Objetivos de aprendizaje o competencias a desarrollar	<p>Al finalizar la materia el participante:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Podrá identificar las características que definen a los e-business y e-commerce.</li><li>• Tendrá los conocimientos teóricos requeridos para dar precisión y sustento a un comercio electrónico aplicado en una empresa u organización.</li><li>• Manejará en forma holística e integral un e-commerce, identificando sus etapas, el proceso de análisis, implementación, seguimiento, control, así como, las normas, riesgos y características más relevantes para poder aplicar en una implementación exitosa de e-commerce.</li></ul>
Contenidos de estudio o trabajo	<p><b>e-Business</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Definición de business, e-business, e-commerce</li><li>• Tipo de e-Business</li><li>• Mercado internacional y nacional</li><li>• Generalidades de la cultura en los e-business</li></ul> <p><b>e-Commerce</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Características de e-Business</li><li>• El mercado y el público objetivo</li><li>• Ventajas, desventajas y costos asociados</li><li>• Barreras en la implementación</li><li>• El entorno y su análisis dinámico y estático</li></ul> <p><b>El proceso en el e-commerce</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Etapas y status</li><li>• Software requerido</li><li>• El equipo en la empresa</li><li>• El cliente</li><li>• El proceso de exposición del servicio o producto que se ofrece</li><li>• El proceso de venta</li><li>• El proceso de pago</li><li>• La entrega</li><li>• Las garantías, reclamos y gestión de quejas</li><li>• Introducción a la normativa en el tema</li><li>• Introducción a la seguridad asociada al tema</li></ul>

## Materia 02: Estrategias de negocios e innovación

### PROGRAMA

Nombre del curso o actividad	Estrategias de negocios e innovación
Objetivos de aprendizaje o competencias a desarrollar	<p>Al finalizar la materia el participante:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Podrá establecer y reconocer la estrategia competitiva en la organización en que trabaja o colabore.</li><li>• Tendrá los conocimientos para integrar la innovación a la estrategia del negocio del cual es parte.</li><li>• Hará uso de la ciencia de datos como herramienta que aporte información veraz, en tiempo y de calidad en el negocio de interés.</li></ul>
Contenidos de estudio o trabajo	<p><b>Estrategia de negocios</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundamentos de la estrategia de negocios.</li><li>• Habilidades para dirigir y negociar.</li><li>• La gestión en la estrategia de la organización.</li><li>• Definición y uso de KPI's para gestionar, negociar y cumplir con las estrategias de negocios.</li><li>• El liderazgo en una organización.</li><li>• Decisiones oportunas, efectivas y de innovación en la estrategia de negocios.</li><li>• Metodología para establecer o reconocer la estrategia de la organización.</li><li>• Ventajas competitivas, estrategias para lograrla.</li><li>• Nichos de mercado, segmentación del mercado, público objetivo.</li><li>• Qué es un plan de negocio, qué uso tiene, qué debería contener.</li></ul> <p><b>Innovación</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Qué es innovar</li><li>• Qué aportaría la innovación a la estrategia de negocios.</li><li>• El proceso de innovar.</li><li>• Costos económicos, de cambio y culturales asociados a la innovación.</li><li>• Casos de éxito de innovación en organizaciones.</li></ul> <p><b>La ciencia de datos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Qué es la ciencia de datos.</li><li>• Cómo puede aportar a la estrategia de negocios y a la innovación.</li><li>• Análisis y diseño: de los datos a la obtención de información.</li></ul>

## Materia 03: Productos y servicios en los e-Business

### PROGRAMA

Nombre del curso o actividad	Estrategias de negocios e innovación
Objetivos de aprendizaje o competencias a desarrollar	<p>Al finalizar la materia el participante:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Podrá tener un panorama general de qué se puede comercializar electrónicamente, y del panorama general llegará hasta la precisión detallada de qué productos y/o servicios puede comercializar para encontrar casos de éxitos que aporten ventajas a su empresa, negocio o emprendimiento en el que este enfocado.</li><li>• Podrá clasificar los diferentes negocios electrónicos según si está dirigido a un consumidor final, a una empresa, al gobierno o a partir de quién lo está ofreciendo, esto le permitirá segmentar el mercado y definir claramente el público objetivo cuando esté elaborando un plan de acción para un e-business.</li></ul>
Contenidos de estudio o trabajo	<ul style="list-style-type: none"><li>• El alcance del e-Business.</li><li>• Según el tipo de cliente y según el consumidor: B2B, B2C, B2G, C2C, etc.</li><li>• Según el tipo de bienes y servicios: productos tradicionales o analógicos, productos digitales, servicios, etc.</li><li>• Características, propiedades, casos locales, casos internacionales.</li><li>• Ventajas, desventajas, oportunidades, riesgos.</li><li>• La reputación: cómo lo hacen, para qué lo hacen, quién lo hace, qué valor tiene.</li><li>• Casos de éxitos y casos de fracaso.</li><li>• Qué productos y/o servicios que no se pueden comercializar.</li></ul>

## Materia 04: Redes sociales en la cadena de valor

### PROGRAMA

Nombre del curso o actividad	Redes sociales en la cadena de valor
Objetivos de aprendizaje o competencias a desarrollar	<p>Al finalizar la materia el participante:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Podrá identificar las redes sociales que más valor le aportarían a su e-business, en qué redes sociales le convendría invertir dinero y tiempo según su producto/servicio que ofrece y el público objetivo al que va dirigido.</li><li>• También logrará identificar las estrategias para aborda la selección y el trabajo inicial en la o las redes sociales elegidas, tendrá el conocimiento de lo que se espera de ellas, le permitirá fijarse sus objetivos y armar un plan de acción orientado a conseguir esos objetivos medibles, y alcanzables en el tiempo que determine.</li><li>• Será capaz de medir y entender las métricas de una actividad o campaña en una red social, para tomar decisiones basadas en datos e información de calidad.</li></ul>
Contenidos de estudio o trabajo	<p><b>Qué son las redes sociales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cuáles son y cuáles están involucradas en los e-business.</li><li>• Público objetivo de cada red.</li><li>• El impacto social, la comunidad, el sentimiento de pertenencia y la ingeniería social que se puede identificar.</li></ul> <p><b>La demanda de mi público objetivo.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Generación de demanda.</li><li>• El marketing digital vs el tradicional.</li><li>• Alineación de ambos marketing y de todos los colaboradores que participan de alguna manera en el e-business.</li><li>• Lealtad y programas de fidelización.</li></ul> <p><b>Medición del negocio en línea.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Métricas del negocio en línea.</li><li>• Concepto de Marketing, buscadores, SEO y SEM.</li><li>• Tiempo, impacto, retorno de inversión.</li><li>• Equipo de trabajo.</li></ul>



## Materia 05: Ciberseguridad

### PROGRAMA

Nombre del curso o actividad	Ciberseguridad
Objetivos de aprendizaje o competencias a desarrollar	<p>Al finalizar la materia el participante:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Podrá comprender la importancia del tema, así como los términos básicos para poder intercambiar con un experto en el tema.</li><li>• Tendrá las herramientas para entender, analizar, comprar o solicitar asesoramiento al momento de gestionar la seguridad de los datos, transacciones, software y equipos en la empresa u organización.</li></ul>
Contenidos de estudio o trabajo	<p><b>Qué es la ciberseguridad.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Fundamentos de seguridad.</li><li>• Sistema de continuidad del negocio.</li><li>• Programa de ciberseguridad.</li><li>• Redes, Internet.</li><li>• Cloud en mi negocio.</li><li>• Gestión de los riesgos.</li></ul> <p><b>Marco regulatorio.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Buenas prácticas.</li><li>• Educación y capacitación.</li><li>• Norma de las tarjetas de crédito e instituciones bancarias.</li><li>• Norma ISO y otras normas.</li><li>• Los gobiernos y el gobierno TI.</li><li>• Presidencia de la República - AGESIC.</li></ul>

## Materia 06: Normativa

### PROGRAMA

Nombre del curso o actividad	Normativa
Objetivos de aprendizaje o competencias a desarrollar	<p>Al finalizar la materia el participante:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Comprenderá la existencia e importancia de normativa que regula, controla y da validez a las acciones empresariales en todos los puntos que impacta un e-business, donde se manejan datos, información, transacciones y procedimientos en una organización o empresa.</li><li>• Tendrá acceso y habrá leído y analizado la normativa tributaria en un e-business, así como la normativa específica de ciberseguridad y gestión de la información.</li></ul>
Contenidos de estudio o trabajo	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conceptos y metodologías de la gestión de la información en el marco normativo nacional e internacional.</li><li>• Gestión de riesgos y gestión de incidentes.</li><li>• Normas y buenas prácticas relacionadas: familia de normas ISO/IEC 27000.</li><li>• Reglas o normativa que debe cumplir el software de gestión empresarial, financiero, contable o de facturación. Determinación de la fuente, ir a la norma, solicitar asesoramiento especializado, etc.</li><li>• Facturación electrónica en Uruguay en relación a canales de venta no tradicionales.</li><li>• Marco ético y legal.</li><li>• Ética y conducta profesional y empresarial.</li></ul>