

Plan de Estudio

Maestría en Transformación Digital de la Empresa



Programas de Maestría

1. Maestría en Transformación Digital de la Empresa (+) (*) (**)

La Maestría en Transformación Digital de la Empresa en su modalidad a distancia se desarrolla a través del siguiente plan de estudios:

Cod.	Asignatura	HT	HP	CR
101-MTD	Estrategia y Transformación Digital	80	0	5
102-MTD	Ecosistema Digital y Tecnologías Disruptivas	80	0	5
103-MTD	Innovación y Transformación Digital	80	0	5
104-MTD	La Gestión del Cambio en la Empresa Digital	80	0	5
105-MTD	Metodología de la Investigación I	64	0	4
201-MTD	Mercadotecnia Digital Disruptiva	80	0	5
202-MTD	Gestión de la Cultura y el Talento Digital	80	0	5
203-MTD	Ciencia de Datos para la Transformación	80	0	5
204-MTD	Transformar desde Operaciones y Servicio al Cliente	80	0	5
205-MTD	Metodología de la Investigación II	64	0	4
Total horas y créditos curriculares		768		48

Adicionalmente al programa de estudios oficial, de forma complementaria la Escuela de Posgrado Newman brinda la oportunidad a sus estudiantes de ampliar sus conocimientos y profundizar en temáticas de interés relacionadas a su especialidad, con la finalidad de potenciar y cumplir con el perfil del egresado deseado y a su vez aporte valor a su desarrollo profesional por medio de competencias específicas. Se debe considerar que, estos créditos complementarios no condicionan la emisión del grado, ni incorporan alguna denominación o mención adicional a la que tiene aprobada la Escuela:

(***) Créditos complementarios				
N°	Curso de Especialización en Metodologías Ágiles	HT	HP	CRC
301	Design Thinking	64	0	4
302	Estrategia Lean	64	0	4
303	Scrum	64	0	4
Total de horas y créditos complementarios		192		12

HT: Horas teóricas

HP: Horas prácticas

CR: Créditos curriculares

Horas Curriculares: 768

CRC: Créditos complementarios

(+) Maestría de especialización

(*) Campo del Conocimiento UNESCO: 04 Administración de Empresas y Derecho

(**) Campo de Investigación OCDE: 5.00.00 Ciencias Sociales

(***) Créditos complementarios que no condicionan la emisión del grado, ni modifican la denominación del grado oficial.

Asignaturas con créditos obligatorios: 101, 102, 103, 104, 105, 201, 202, 203, 204 y 205

Asignaturas con créditos complementarios no obligatorios: 301, 302 y 303

1.1. Sumilla del Plan de Estudio

Código 101-MTD **Estrategia y Transformación Digital**

Al término de la asignatura, el estudiante comprenderá el diseño y gestión de los cuatro ejes de la transformación digital (mentalidad, procesos, personas y tecnología); asimismo, podrá elaborar planes de transformación digital a partir de la alineación entre la estrategia empresarial y los aportes potenciales que recibe la transformación digital, desde la idea al producto digital.

Código 102-MTD **Ecosistema Digital y Tecnologías Disruptivas**

Al término de la asignatura, el estudiante analizará la idoneidad de las distintas tecnologías digitales aplicables en los nuevos modelos de negocio (tipo blockchain, IoT) para el sostenimiento y escalado de la organización actual, así como para conocer el grado de madurez digital de la empresa. De igual forma, podrá definir estrategias de innovación, con base en las tres palancas principales de la transformación digital (visión, estrategia y cambio), para la implantación de tecnologías digitales en las organizaciones.

Código 103-MTD **Innovación y Transformación Digital**

Al término de la asignatura, el estudiante analizará patrones de innovación utilizados en modelos de negocio consolidados para desarrollar tácticas y estrategias propias de innovación en la organización. Así mismo, aplicará métodos de prototipado y validación de ideas creativas en aras de resolver problemas complejos propios de la actividad empresarial a través de la implementación de metodologías innovadoras como Pensamiento de Diseño y Pensamiento Creativo (Design Thinking y Creative Thinking) en la organización.

Código 104-MTD **La Gestión del Cambio en la Empresa Digital**

Al término de la asignatura, el estudiante analizará los modelos tradicionales, las oportunidades de mejora y el cambio en la organización a través del desarrollo de modelos de optimización que impliquen a todos los trabajadores en el proceso de transformación digital, para ello, integrará técnicas, metodologías y modelos de negocio que necesitan las organizaciones para tener éxito en la era digital.

Código 105-MTD **Metodología de la Investigación I**

La asignatura tiene como propósito fortalecer en los estudiantes las competencias sobre métodos y técnicas de investigación a través de los siguientes contenidos académicos: el trabajo de investigación, modalidades de trabajo de investigación, estructura del trabajo de investigación estructura del plan, el título del tema y el planteamiento del problema.

Código 201-MTD **Mercadotecnia Digital Disruptiva**

Al término de la asignatura, el estudiante utilizará los principios de la mercadotecnia y las nuevas estrategias de mercadotecnia digital: el comportamiento del cliente digital, el tipo de estrategia a utilizar en función del objetivo y los distintos modelos de negocios, para la atracción y fidelización de clientes atendiendo a las características del mercado o segmento al que se dirige la empresa y la adopción exitosa de los cambios empresariales. Además, podrá evaluar el comportamiento del nuevo cliente digital como la evolución del dato en publicidad, el impacto del mundo sin cookies, la automatización y la experiencia de compra, así como la efectividad de los medios, las estrategias y tácticas de captación, conversión y fidelización digital de clientes para adaptarse a sus preferencias.

Código 202-MTD **Gestión de la Cultura y el Talento Digital**

Al término de la asignatura, el estudiante empleará las nuevas metodologías de trabajo y modelos de liderazgo adaptados al paradigma digital, así como aspectos relativos a la cultura y al talento con el objetivo de crear una cultura de innovación en la que la flexibilidad, la colaboración y el bienestar en el entorno de trabajo sean claves. En la misma línea, diferenciará las metodologías de trabajo innovadoras como el agile o modelos de liderazgo menos jerárquicos y más colaborativos, cuya esencia está en motivar a los profesionales, a través de la personalización de las experiencias y el talent lifecycle para transformar organizaciones teniendo en cuenta a las personas, para ello, será consciente de que el cambio tecnológico no es solo implantar herramientas, sino que supone un cambio cultural.

Código 203-MTD **Ciencia de Datos para la Transformación**

Al término de la asignatura, el estudiante valorará la información obtenida por sistemas de inteligencia de negocios (análisis del dato y metodologías cualitativas como valor, impacto y mejores prácticas), para la toma de decisiones en la mejora de la estrategia y proceso de transformación digital. Además, empleará las herramientas y soluciones más actuales y relevantes, así como las tendencias emergentes en un entorno digital y de macrodatos.

Código 204-MTD **Transformar desde Operaciones y Servicio al Cliente**

Al término de la asignatura, el estudiante será capaz de analizar el valor aportado por un servicio digital de atención al cliente, habilitado por las nuevas herramientas digitales. Asimismo, aplicará modelos para la toma de decisiones en la gestión de calidad de la organización que permitan procesos más rápidos, flexibles y eficientes.

Código 205-MTD **Metodología de la Investigación II**

La asignatura tiene como propósito desarrollar en los maestrantes competencias cognitivas que le permitan conocer y dominar el proceso de la investigación científica en su enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Se revisa el método para que los alumnos puedan formular un problema de investigación, construir las hipótesis y objetivos, así como plantear la justificación que permita validar el desarrollo de la labor investigativa.

1.2. Sumilla de las asignaturas de complementación académica

1.2.1. Sumilla de Metodologías Ágiles

Código 301 **Design Thinking**

La asignatura desarrolla conceptos básicos de design thinking, el pensamiento de diseño y los ámbitos a los que se aplica, requisitos previos que se deben cumplir, los procesos para la implementación de esta metodología, etapas del pensamiento de diseño.

Código 302 **Estrategia Lean**

El participante se familiariza con las metodologías ágiles, conoce conceptos y herramientas del pensamiento ágil que permitan el éxito en la mejora de procesos o la creación de negocios con una mayor velocidad y eficiencia, considerando el ahorro de tiempo y costos, y alcanzando la satisfacción del cliente.

Código 303

Scrum

El participante desarrolla este sistema de trabajo que permite realizar el doble trabajo en la mitad de tiempo. Comprende los aspectos a tener en consideración para la reducción del papeleo, la burocracia y la jerarquización en las empresas y los proyectos, y apuesta por las prácticas colaborativas para generar involucramiento en las actividades que se realizan, trabajo rápido y el alcance de los objetivos trazados.

1.3. Perfil del Ingresante

Grado académico de bachiller y/o título profesional en áreas Económico – Administrativas (como Economía, Finanzas y Contabilidad, Recursos Humanos, Relaciones Laborales, Turismo, Negocios Internacionales, Gestión Tributaria), Negocios (como Administración, Dirección de Empresas), Ingeniería, Mercadotecnia y Publicidad, Diseño, Diseño Gráfico, Comunicación y afines, así como las relacionadas con el campo de la administración y gestión, en cualquier campo como Ciencias Sociales, Derecho, Informática, Sistemas, Construcción, Educación, Salud, Deporte, Agronomía y Artes y Humanidades, que deseen impulsar la transformación digital en una organización a través de nuevas tecnologías en entornos digitales y afines.

La Comisión de Admisión podrá considerar la experiencia profesional para el proceso de admisión.

1.3.1. Conocimientos sobre

- La redacción de textos sencillos en español e inglés.
- La expresión de ideas y conceptos de manera oral, escrita, matemática o gráfica.
- El pensamiento lógico – matemático.

1.3.2. Habilidades

- Diseñar proyectos.
- Trabajar de forma colaborativa en línea.
- Navegar, buscar y discriminar información en Internet.
- La tolerancia a la frustración.
- Abstractar, analizar, sintetizar y razonar de manera lógica.
- Aprender de forma autónoma en ambientes virtuales.

1.3.3. Actitudes

- Sentido práctico de la organización.
- Percepción y atención.
- Adaptarse a los cambios.
- Liderazgo de equipos en ambientes digitales.
- Honestidad
- Compromiso
- Colaboración
- Respeto

1.4. Objetivo general del programa

Los egresados de la Maestría en Transformación Digital en las Organizaciones serán profesionales capaces de evaluar la dinámica de los negocios digitales y sus tres palancas principales: visión, estrategia y cambio; además podrán identificar las sinergias y oportunidades de mejora entre sus distintos componentes. Asimismo, podrán implementar procesos de transformación digital en las organizaciones, comprendiendo qué es una organización líquida, analizando el impacto de la digitalización en la

gobernanza de la organización y qué posibilidades se abren en cuanto a la gestión de las operaciones tanto a nivel estratégico como táctico, mejorando la competitividad de las empresas siendo capaces de aplicar las posibilidades alrededor de la digitalización y las tecnologías que están disponibles para ejecutar estrategias transformadoras que garantice en modelos o planes de negocios exitosos por lo que podrán ejercer profesionalmente como líderes de proyectos y de equipos de transformación digital; emprendedores de proyecto propio; consultores, analistas y/o asesores de empresas en el campo de negocios digitales.

1.5. Objetivos específicos de formación

- Evaluar la dinámica de los negocios digitales y sus tres palancas principales: visión, estrategia y cambio.
- Ser capaz de implementar procesos de transformación digital en las organizaciones.
- Analizar el impacto de la digitalización en la gobernanza de la organización, qué posibilidades se abren en cuanto a la gestión de las operaciones tanto a nivel estratégico como táctico, siendo capaces de aplicar las posibilidades que hoy en día existen alrededor de la digitalización, y en particular qué tecnologías están disponibles para crear modelos de negocio disruptivos.
- Ser capaz de gestionar la transformación digital de la organización, de forma transversal, identificando sinergias y oportunidades de mejora entre sus distintos componentes. En este contexto, se ha de entender qué es una organización 'líquida' y los procesos de transformación y adaptación, siendo capaces de liderar proyectos de transformación digital en entornos empresariales.
- Conocer y aplicar nuevos modelos de negocio basados en la digitalización de procesos, datos y herramientas, para habilitar ventajas competitivas en las empresas actuales.
- Analizar las mejoras prácticas emergentes de la Industria 4.0, incluyendo tecnologías disruptivas, ciencia de datos, inteligencia artificial, producción e impresión aditiva, robótica, Internet de las Cosas y Blockchain.
- Analizar el ecosistema de tecnologías digitales y su combinación, para obtener todo su potencial resultante, en particular con el punto de vista de cómo la innovación es necesaria para impulsar el salto digital, y a su vez las tecnologías habilitan nuevas posibilidades de competir mediante la innovación.
- Evaluar el comportamiento del nuevo cliente digital, y adaptarse a esta nueva situación mediante la aplicación de nuevas estrategias y tácticas de captación, conversión y fidelización digital de clientes.
- Evaluar las implicaciones de la transformación digital en las personas, siendo conscientes de la nueva figura del líder en cuanto a su inteligencia cultural y emocional, con el foco en las posibilidades de la digitalización en el ámbito del Talento y los RRHH de la empresa. Expandiendo este punto de vista, se deben comprender también las dimensiones sociales, políticas y éticas en la transformación digital.

1.6. Perfil del Egresado

Se determina el siguiente perfil de egreso para el programa de Maestría en Transformación Digital de la Empresa.

1.6.1. Conocimientos

- Los cuatro ejes de la transformación digital (mentalidad, procesos, personas y tecnología).
- La alineación entre la estrategia empresarial y los aportes potenciales que recibe la transformación digital, desde la idea al producto digital.
- Las aportaciones de distintas tecnologías digitales a los nuevos modelos de negocio.
- Las tres palancas principales de la transformación digital (visión, estrategia y cambio) para la implantación de tecnologías digitales en las organizaciones.
- Las fases y metodologías como Pensamiento de Diseño y Pensamiento Creativo en la organización.
- Los principios de la mercadotecnia y las nuevas estrategias de mercadotecnia digital.
- Las estrategias y tácticas de captación, conversión y fidelización digital de clientes.
- Las nuevas metodologías de trabajo y modelos de liderazgo adaptados al paradigma digital.
- Las herramientas y soluciones que aporta la ciencia de datos al proceso de transformación digital.
- Los modelos para la toma de decisiones en la gestión de calidad de la organización que permitan procesos más rápidos, flexibles y eficientes.

- El proceso de creación de empresas, reconociendo las características del empresariado y los recursos necesarios para emprender.

1.6.2. Habilidades

- Elaborar planes de transformación digital para las empresas u organizaciones.
- Aplicar métodos de prototipado y validación como design sprints, para la implantación de metodologías innovadoras, design thinking y creative thinking, en la organización.
- Analizar patrones de innovación utilizados en modelos de negocio consolidados para desarrollar tácticas y estrategias propias de innovación en la organización.
- Definir estrategias de innovación, con base en las tres palancas principales de la transformación digital.
- Evaluar el comportamiento del nuevo cliente digital para adaptarse a sus preferencias.
- Valorar la información obtenida por sistemas de inteligencia de negocios para la toma de decisiones en la mejora de la estrategia de transformación digital.
- Integrar técnicas, metodologías y modelos de negocio para su éxito en la era digital.
- Analizar el valor aportado por un servicio digital de atención al cliente, habilitado por las nuevas herramientas digitales.
- Aplicar modelos para la toma de decisiones (Business Process Modelling) en la gestión de calidad de la organización.
- Emplear las herramientas y tendencias emergentes en un entorno digital y de macrodatos para la transformación de una organización.
- Implementar procesos de transformación digital que den solución a las necesidades de las organizaciones respecto a su estrategia empresarial.

1.6.3. Actitudes

- Para el intercambio comunicacional efectivo en el desarrollo de procesos de indagación y de aprendizaje.
- Ser originales y proactivos en el desarrollo y/o aplicación de estrategias para la transformación digital en las organizaciones.
- Formular juicios a partir de la información, la observación y/o la investigación dentro de la organización.
- Continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
- Analizar y observar de forma objetiva los problemas y conflictos que se presenten el proceso de transformación digital en las organizaciones.
- Promover la transformación digital en las empresas de forma responsable.

1.7. Perfil Docente:

Los docentes deben contar con el siguiente perfil:

- Poseer grado de maestro y/o doctor.
- Formación relacionada al programa.
- Experiencia docente y/o profesional en la materia a desarrollar.

1.8. Grado que se obtiene:

Al finalizar los estudios el estudiante podrá optar el grado de Maestro en Transformación Digital de la Empresa.



Newman
Escuela de Posgrado

