

Maestría en Customer Intelligence

Estrategia

Inteligencia Estratégica

El curso proporciona herramientas teóricas y metodológicas para la investigación, así como aplicaciones para la inteligencia estratégica. El participante desarrolla competencias para analizar información que permita identificar oportunidades de crecimiento y consolidación estratégica en su organización. Los temas a tratar son: Métodos, Técnicas y Ámbitos de la investigación; Inteligencia Estratégica y Oportunidades de Negocio; Tendencias de Mercados e Identificación de Riesgos; Investigación de la Competencia; entre otros.

Dirección Estratégica

Este curso profundiza los conceptos, cuestiones y técnicas fundamentales de la estrategia. El participante desarrolla competencias para asumir roles de liderazgo para la toma exitosa de decisiones considerando las ventajas competitivas y la generación de resultados. Se tratan los siguientes temas: Análisis del Entorno; Capacidad Estratégica; Propósito Estratégico; Cultura y Estrategia; Control Estratégico e Indicadores de Gestión; entre otros.

Customer Intelligence en el Entorno Empresarial

El curso proporciona herramientas para la interpretación y análisis de la información de los clientes con el objetivo de identificar nuevas oportunidades de negocio. El participante desarrolla estrategias en base a la información procesada para generar valor al cliente e incrementar la rentabilidad de la organización. Se abordan temas relacionados a la implantación de un modelo de gestión de Customer Intelligence en la empresa.

Business Model Canvas

En este curso se aplica la metodología 'Learning by doing' para diseñar modelos de gestión estratégica empresarial a través de Modelo de Negocio 'Canvas' (Lienzo). El objetivo principal es ofrecer valor de forma innovadora integrando las ideas claves y diferentes factores que determinan el éxito en una empresa establecida o en un nuevo emprendimiento. Los temas que se tratan son: Desarrollo de Modelos de Negocios; Etapas de Implementación del Modelo 'Canvas'; Creación de Propuesta de Valor; Necesidades de Mercado e Importancia de Conocer al Cliente; Realización de Trabajo con el Modelo 'Canvas'; entre otros.

Insights del Consumidor

El curso profundiza en el concepto de *'insight'* y proporciona herramientas para identificar las necesidades del cliente, con el fin de conectarlas con los beneficios que ofrece la marca. El participante desarrolla estrategias enfocadas en los deseos y experiencias del consumidor a través de la generación de un posicionamiento que destaque las ventajas diferenciales del negocio potenciadas con el uso de *'insights'*. Los temas a tratar son: Construcción de Insights; El Cliente y la Promesa de Marca; Estrategias Enfocadas en Beneficios Emocionales; Insights aplicados a la Planificación y desarrollo de Ventajas Competitivas; entre otros.

Customer Relationship Management - CRM

El curso permite dominar los pasos para desarrollar un modelo de gestión de clientes o una iniciativa de Customer Relationship Management (CRM) con el objetivo de gestionar la relación con los clientes y aportar al logro de los objetivos de la empresa. El participante diseña su plan de acción para convertir a los prospectos en clientes, fidelizar a consumidores actuales e incrementar las ventas de manera sostenible. Los temas son: Metodología IDIP, Estrategias, Gestión de proyectos; casos de negocio, entre otros.

Customer Experience Management - CEM

El curso tiene por objetivo generar relaciones duraderas y rentables a través planificación de los procesos de interacción con el cliente y la generación de experiencias que superen sus expectativas. El participante adquiere herramientas para generar valor en los procesos de compra y venta. Los temas del curso son: Momento de la Verdad; Factores de éxito en la Experiencia del Cliente; Compromiso Organizacional integral con el CEM; Integración de canales y Experiencia de marca; entre otros.

Gestión del Cambio

El participante analiza las estrategias implementadas en su organización y propone mejoras en base a la gestión del talento. El curso proporciona herramientas para la toma de decisiones en entornos de cambio, lo cual permita optimizar la productividad y alcanzar las metas propuestas. Se abordan los siguientes temas: Análisis de la Situación Actual y Definición de Objetivos; Cultura de Mejora Continua; Procesos de Influencia en las Empresas; Motivación del Talento Humano y Compromiso con la Organización; Diseño Organizacional y Gestión de Transiciones; entre otros.

Aspectos Legales, Éticos y Regulatorios

Este curso proporciona temas jurídicos y de seguridad que se vinculan a la utilización de la Tecnologías de la Información en el entorno empresarial. El participante reconoce y aplica las normas que regulan las actividades asociadas a la gestión de Customer Intelligence. El curso desarrolla los temas: Normativas Legales Vigentes Relacionadas al Customer Intelligence; Ley de Protección de Datos; Aspectos Éticos; Derechos sobre la Información; Comercio Electrónico y Aspectos Legales; entre otros.

Customer Centric

El participante profundiza en las estrategias para alinear los productos y servicios de la organización con las necesidades y deseos de los clientes más valiosos. El curso busca que el participante desarrolle estrategias para incluir al cliente como centro de la actividad de ventas y marketing, con el fin de superar sus expectativas y maximizar los beneficios de la marca a largo plazo. Los temas a tratar son: Ventajas del Customer Centric en el Mundo Competitivo; Desarrollo de Perfil e Identificación del Valor del Cliente; Personalización de Estrategias con Foco en el Cliente; Estrategias de Fidelización para Satisfacción Total; entre otros.

Gestión de Proyectos

En el entorno competitivo que vivimos, se requiere profesionales capacitados para planificar la administración de proyectos. Para el logro de los objetivos estratégicos, lo óptimo es alinearse a las buenas prácticas recomendadas por el Project Management Institute – PMI de Filadelfia (USA). Con estos conocimientos, el participante lidera, ejecuta y supervisa sus proyectos de forma eficiente. Se tratan los siguientes temas: Diseño de Proyecto: Objetivos, Equipo, Cronograma y Recursos.; Planificación de Alcance y Recopilación de Requisitos; Identificación de Stakeholders y Relacionamiento; Control de Costos y Aprovisionamiento; Monitoreo de Avance y Control de Calidad; entre otros.

Gestión Operativa

Arquitectura y Base de Datos

En este curso, se profundiza en el diseño de la arquitectura de una solución de Customer Intelligence para transformar los datos en información útil que permita una toma de decisiones exitosa. El participante optimiza el uso de la información almacenada en las bases de datos para aplicarlos al desarrollo de estrategias cumpliendo con los estándares del mercado. Se abordan los siguientes temas: Hardware y soluciones, Integración de Datos; Estadística para Análisis de Datos y Generación de Jeraquías; Modelos de Organización de Bases de Datos; Integración de Soluciones y Aplicaciones; Creación de Base de Datos Relacionales; Modelación de Datos para el Análisis; Entidad- Relación, entre otros.

Business Analytics y DataMining

El curso ofrece herramientas para analizar información y fortalecer su capacidad para planificar la gestión del negocio, en base al análisis de datos financieros y métodos estadísticos. El participante profundiza en los procesos de Minería de Datos con la finalidad de proporcionar modelos descriptivos y predictivos que permitan extraer y generar conocimiento para las organizaciones. Los temas a desarrollar son: Business Analytics y su Impacto en el Desempeño Empresarial; Big Data y análisis de Gran Cantidad de Datos; Técnicas de Data Mining; Etapas del Proceso de Extracción de Datos; Interpretación y Evaluación de Datos; entre otros.

Selección y Evaluación de Herramientas

El participante emplea las herramientas y soluciones de Customer Intelligence para obtener información que aportará en la dirección y toma de decisiones. El objetivo del curso es identificar las herramientas apropiadas que permitan transformar los datos en información útil para el análisis y la inteligencia de negocios. Se desarrollan los temas: Análisis de Herramientas CI; Balanced Scorecard; Cuadros de Mando por Indicadores; Sistemas para Reporting; entre otros.

Herramientas para la Gestión

El curso proporciona herramientas y técnicas para que el participante lidere proyectos de Customer Intelligence a través del uso de hojas de cálculo, tablas dinámicas y fórmulas matriciales, las cuales facilitan la exploración y el análisis de datos. El participante gestiona reportes de Inteligencia de Negocios con el uso de software especializado, el cual ofrece una gran gama de gráficos y selección de los filtros necesarios para un informe que permita tomar decisiones estratégicas. Se tratan los temas: Agrupación y Filtro de Datos; Obtención y Edición de Bases de Datos; Simulación de Escenarios y Generación de Pronósticos; Elaboración de Gráficos, Tablas y Reportes; Diseño de Cuadros de Mando; entre otros.

KPI's y Tablero de Control

El curso brinda los principales indicadores de gestión para hacer seguimiento a las estrategias de Customer Intelligence implementadas. El participante emplea el Tablero de Control para supervisar el desempeño, administración de recursos e integración de procesos y así lograr los objetivos de la organización de forma eficiente. Los temas son: Indicadores Clave en la Gestión de Customer Intelligence; implementación de metas y objetivos empresariales; Aplicación del Tablero de Control; Acciones y tareas correctivas; entre otros.

Innovación y Emprendimiento

Innovación y Design Thinking

El curso ofrece al participante una perspectiva que combina el pensamiento creativo con el analítico para encontrar soluciones de forma innovadora. El participante adquiere herramientas y conocimientos de gestión de la innovación que sirvan para explorar y crear nuevos esquemas de negocios. Los temas a tratar son: Design Thinking: Motor de la Innovación; Fases del Proceso Design Thinking; Oportunidades de Mercado: Experiencias Centradas en el Consumidor; Enfoques Creativos para la Resolución de Problemas.; Aporte del Design Thinking a la Estrategia Competitividad de la Empresa; entre otros.

Marketing Contemporáneo

El curso establece las bases estratégicas para aplicar el marketing en un entorno cambiante, de saturación mediática, donde el poder y alcance del consumidor es determinante para el engagement con las marcas. El participante planifica, anticipa y responde a los movimientos futuros en el ámbito del Marketing mediante la elaboración de las bases estratégicas offline y online. Se abordan los temas: Nuevo Consumidor; Propuesta de Valor; Sementación y Posicionamiento; De las 4 P's a las 4 E's; Comunicación Blended; entre otros.

Start-ups y Emprendimiento

El curso ofrece herramientas para la gestión de Start-ups que permite impulsar a empresas emergentes sobre la base del emprendimiento. Se dirigen iniciativas de negocios que promueven la innovación a través de las nuevas tecnologías. Los temas a desarrollar son: Ciclo de Vida de una Start-up; Emprendimiento y Creatividad aplicada a las Start-ups; Uso de Plataformas Digitales para el Desarrollo de Ideas de Negocio; Venture Capital y Business Angels; Importancia de las Incubadoras de Start-ups; Obligaciones Fiscales y Contables para Start-ups; entre otros.

Comercio Electrónico

El curso desarrolla los aspectos relacionados al e-commerce y los factores que determinan el éxito a través del canal digital. El participante domina las estrategias de compra y venta a través de medios electrónicos así como la transferencia de fondos, cadena de suministro y procesos de recolección de datos. Los temas que se tratan son: Estructura de Negocio en Comercio Electrónico; Importancia del Marketing en Internet; Administración de Inventarios y Gestión Logística; Desarrollo para aplicaciones móviles; Canales de Comunicación con el Cliente; entre otros.

Marketing Digital y Analítica Web

En este curso, el participante comprende las nuevas herramientas de marketing en un mercado de aceleración dinámica y desarrollo de medios digitales, que permiten un mayor acceso a la información. Así mismo, el participante plantea estrategias para el análisis de datos y creación de reputación en internet. Los temas son: Entorno Digital y Estrategia: Medios Digitales y Social Media; SEO y SEM; Medición de Resultados; Gestión de Reclamos por Redes Sociales; entre otros.

Ecosistema Móvil

El objetivo de curso es integrar las nuevas oportunidades de mercado que los dispositivos móviles ofrecen con la gestión estratégica de las organizaciones. El participante comprende el impacto de la tecnología móvil en los procesos clave orientados a la administración de la información de los clientes. Los temas a tratar son: Dispositivos móviles como Canal de Interacción; Nuevos Servicios y su Relación con el Cliente; Uso de Apps y Códigos QR; Desafíos y Tendencias en el Ecosistema Móvil; entre otros.

Habilidades de Liderazgo

Liderazgo Gerencial

El curso analiza los diferentes estilos del líder para adaptarse a situaciones reales y lograr alto rendimiento empresarial. El participante complementa los esfuerzos del equipo a través de la motivación y la integración para mantener el compromiso de los colaboradores. Los temas a tratar son: Definición de líder y estilos de liderazgo; La Motivación como Factor de Desarrollo para Equipos de Alto Rendimiento; Técnicas para Comunicación Efectiva; Creación de Confianza para obtener Resultados; Generación de Feedback y Reconocimientos; entre otros.

Comunicación Efectiva

El curso desarrolla las competencias asociadas a la comunicación como parte del liderazgo efectivo y motivación de equipos. El participante aplica las habilidades personales y sociales para el incremento de la productividad y logro de sus objetivos. Se abordan los siguientes temas: Modelos de Comunicación; Barreras de la Comunicación; Comunicación en la Empresa; Función Estratégica de la Comunicación; entre otros.

Estrategia Go

El curso tiene como objetivo desarrollar habilidades interpersonales, a través del uso de dinámicas que emplea la disciplina y estrategia oriental. Adicionalmente se promueve un ambiente de competitividad, mutuo aprendizaje y respeto hacia el oponente. Durante la experiencia, el participante hace uso de su creatividad, razonamiento y adaptabilidad al cambio. El tema es: Actividades para desarrollo de habilidades interpersonales.

Negociación

El curso refuerza las habilidades interpersonales enfocadas en el análisis de propuestas, con la finalidad de llegar a acuerdos favorables para las partes interesadas. El participante aplica el enfoque ganar-ganar en compras, ventas, relaciones laborales y conflictos de interés. Se desarrollan los temas: Estrategias de Negociación; Desarrollo de Relaciones para lograr Acuerdos Ganar-Ganar; Manejo de Conflictos y Desacuerdos; Técnicas de Inteligencia Emocional; entre otros.

Presentaciones de Alto Impacto

El curso proporciona las herramientas y técnicas para realizar presentaciones efectivas y exitosas a través del uso de la comunicación y los recursos que tenga a disposición. El participante se familiariza con el concepto de "Elevator Pitch" el cual busca desarrollar habilidades para presentar proyectos emprendedores hacia inversionistas, con grandes posibilidades de éxito. Los temas a tratar son: Desarrollo de Presentaciones; Uso eficiente de Recursos; Elevator Pitch; Cierre y Conclusiones; entre otros.

“LEGO® Serious Play®”

El curso brinda al participante herramientas para generar ideas emprendedoras y adaptación a nuevos entornos. La actividad es presentada en forma dinámica a través del uso de bloques para fomentar la participación y aplicar soluciones a los problemas presentados. El participante desarrolla las siguientes habilidades: liderazgo, trabajo bajo presión y colaboración, entre otros.

Capstone

Proyecto de Tesis

En esta etapa, el participante elabora su plan de tesis y lo presenta para su revisión inicial. Posteriormente, aplica los ajustes sugeridos al plan para obtener la aprobación del proyecto de la maestría. Durante el curso, se emplea el Marco Teórico para complementar el tema seleccionado con información actualizada y relevante. Los temas son: Elaboración del Marco Teórico; Diagnóstico de tema a investigar; entre otros.

Simulador Business Management

Este simulador integra los factores que influyen en las distintas áreas del negocio para desarrollar habilidades directivas y competencias de gestión empresarial. Las simulaciones ofrecen situaciones que se asemejan a una experiencia real por la fuerte motivación que generan en los participantes gracias a su carácter participativo e interactivo, y a los factores competitivos que producen altos niveles de compromiso. Los temas que se abordan son: Gestión de Productos y Servicios; Estrategia de Marketing; Análisis Financiero; Proyección de Ventas; entre otros.

Tesis

El objetivo del curso es elaborar un documento que contenga la propuesta de solución al problema o mejora del proceso planteado en el curso "Proyecto de Tesis". Los temas son: Finalización de Proyecto de Investigación; Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones; Líneas de Investigación Futura