



Online Learning



ADEN International
Business School

PROGRAMA DE

Desarrollo Gerencial

MODALIDAD
HÍBRIDA



School of Business

THE GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY



PROGRAMA DE Desarrollo Gerencial

NUESTRA METODOLOGÍA

ADEN ha desarrollado un modelo pedagógico de aprendizaje interactivo denominado Modelo Pericles de Transferencia y Transformación que viabiliza la transferencia de los conocimientos adquiridos al puesto de trabajo con un enfoque eminentemente práctico y que se desarrolla en una Comunidad Virtual interactiva; basado en la transformación personal, organizacional y del entorno.

Como signo propio y distintivo de ADEN, se parte de la concepción que el aprendizaje real ocurre, no solo cuando se imparten conocimientos y se muestran herramientas, sino cuando se forma parte de una comunidad de personas que comparten sus vivencias, buenas prácticas y lecciones aprendidas. El participante es un agente de cambio que ac-

tiva lo aprendido para transformar su realidad.

Como exteriorización de esta filosofía se ha instaurado la figura del Ecosistema ADEN de Aprendizaje integrado por el alumno, profesores, pares y representantes del sector que nutren y enriquecen la experiencia de formación.

Para ello, articulamos un modelo académico que combina efectivamente los pilares fundamentales del ecosistema de aprendizaje.

CENTRO: TÚ y tu éxito. Nuestra principal motivación es que despliegues tu talento y alcances satisfactoriamente las metas que te propones.

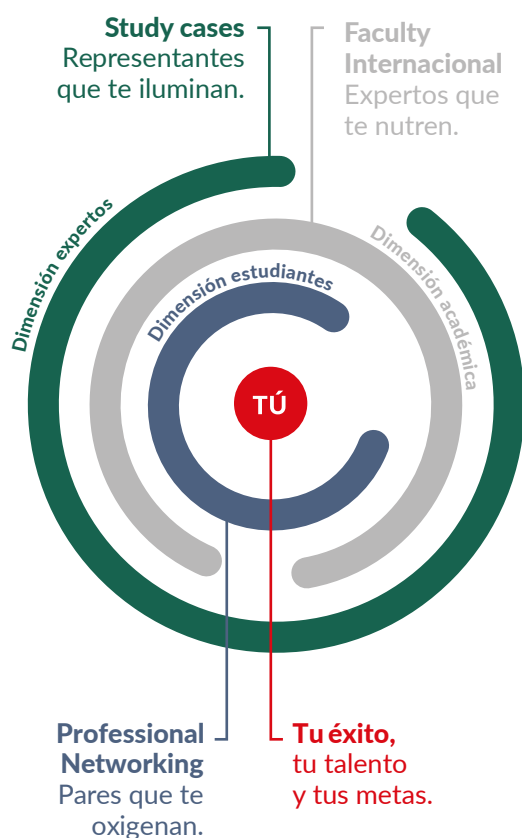
DIMENSIÓN ESTUDIANTES: Aprendizaje compartido por pares para discutir problemáticas, interpretar la realidad, aplicar herramientas y pensar qué están haciendo hoy y qué pueden implementar desde mañana en base a su experiencia.

DIMENSIÓN ACADÉMICA: Faculty. Mentores que explican desde su conocimiento y experiencia. Cápsulas de aprendizaje y microlearning que buscan garantizar la transferencia al puesto de trabajo.

DIMENSIÓN EXPERTOS: Representantes del área. Formato Study Case, entrevistas con los referentes más importantes e influyentes de cada sector, quienes comparten sus visiones, aprendizajes, tips, modelos de gestión e innovación.

Para poder responder acabadamente a estas necesidades hemos diseñado una modalidad que busca el ensamble perfecto entre instancias sincrónicas y asincrónicas en la virtualidad. En la dinámica de cursado se alternan espacios compartidos entre profesores y participantes; y el cursado en aulas virtuales de última generación para brindar independencia horaria en términos de la adquisición de conocimientos y herramientas.

Con el objetivo de reforzar la retención y la aplicabilidad, se realiza un uso intensivo de simuladores y otros recursos pedagógicos basados en gamificación (gamification tools) creados por ADEN para dinamizar el proceso de aprendizaje. Estos recursos permiten vivenciar y reproducir situaciones propias del mundo de los negocios, donde se toman decisiones y se verifica su impacto en un entorno lúdico.





Objetivos del Programa

- > Desarrollar una visión integral y estratégica de la organización.
- > Aprender herramientas y metodologías adaptadas a entornos altamente dinámicos.
- > Incorporar conocimientos y herramientas vinculadas a la gestión de distintas áreas funcionales de una empresa con una visión de la Organización orientada al cliente.
- > Aplicar herramientas económico-financieras para gestionar los indicadores de gestión para la toma de decisiones.
- > Aportar elementos para gestionar adecuadamente los riesgos del negocio.

Modalidad de Cursado

Esta modalidad híbrida, permite al participante cursar en nuestra plataforma digital, y asistir a clases presenciales en nuestra sede. También podrá participar de talleres que enriquecerán su formación a través de dinámicas de trabajo en equipo sobre temáticas especiales, y además, permitirá la vinculación con otros pares de la red educativa ADEN.

Además, para el que desee, podrá cursar una asignatura participando en alguno de nuestros Workshops internacionales presenciales, según la programación prevista.

Para llevar adelante este proceso, los participantes deben ocuparse de las siguientes actividades:

- > Explorar los recursos disponibles en el aula virtual y realizar las actividades integradoras de desarrollo.
- > Analizar el material multimedia y responder los cuestionarios asociados.
- > Estudiar los casos prácticos y proponer soluciones superadoras a partir de lo aprendido.
- > Participar activamente en las sesiones sincrónicas virtuales.

ASIGNATURAS	SEMANAS
Estrategia Corporativa y Desarrollo de Negocios	2
Finanzas y Economía	4
Marketing y Ventas	3
Gestión Organizacional y RRHH	3
Integración con Simulador	4



Certificaciones

ADEN International Business School (^), otorgará certificado de programa de educación continua a quienes completen el plan de estudio y superen las evaluaciones previstas.

THE GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY

> The George Washington University, School of Business, otorgará certificado de especialización (^) a quienes completen el plan de estudio y superen las evaluaciones previstas.

Specialization in Management Development

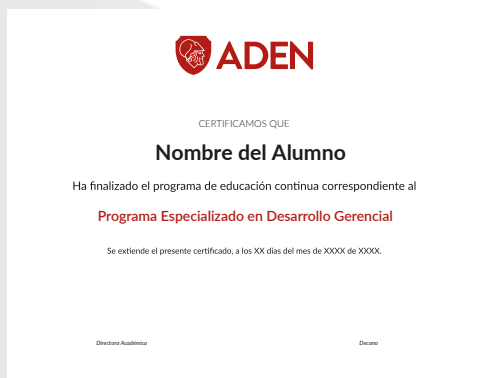
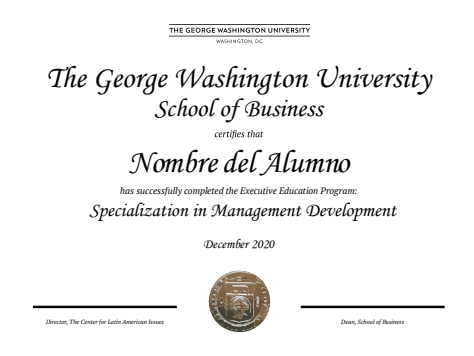
ADEN INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

> ADEN International Business School (^), otorgará certificado de programa de educación continua a quienes completen el plan de estudio y superen las evaluaciones previstas.

Programa Especializado en Desarrollo Gerencial

(^) Certificado de Educación Continua que no implica título ni grado, a ser emitido por ADEN International Business School, de ADEN University.

Adicionalmente, otorga PDU's del PMI® para todos aquellos alumnos certificados PMP® para revalidar su certificación profesional.





Perfil del participante

Directores, Gerentes, Ejecutivos y Emprendedores con una experiencia mínima de 3 años en posiciones jerárquicas que participen en el análisis, el planeamiento y la toma de decisiones estratégicas, o que con sus decisiones impacten en los resultados de la empresa.

DURACIÓN

16 semanas.





Contenidos

ESTRATEGIA CORPORATIVA Y DESARROLLO DE NEGOCIOS

Dirección Estratégica. Las claves del Pensamiento Estratégico. Metodología para el abordaje estratégico. La evaluación de los diferentes contextos. El análisis de la industria y el ambiente competitivo. El encuadre estratégico de la visión, misión y valores. Determinación de objetivos. La selección de las estrategias básicas del negocio. Tipos de Estrategias. Del Diseño Estratégico a la Ejecución: aspectos claves para una implementación efectiva. Los nuevos modelos de negocios en entornos analógicos / digitales.

Genética de los nuevos negocios. Las Macro-tendencias tecnológicas, socio-culturales, y ambientales, y su impacto en los negocios en la actualidad. Retroalimentación desde los comportamientos de consumo. Nuevos consumidores y nuevos ecosistemas de consumo. Economía Circular y Colaborativa. Proceso Evolutivo: Modelos Extractivos, Filantrópicos, RSE, y Sistemas B. El alineamiento a la nueva realidad. Reputación Corporativa. Construcción de Valor. Análisis y Desarrollo de Modelos de Negocios B.

MARKETING Y VENTAS

Marketing Estratégico: La evolución hacia el nuevo ecosistema de consumo. Visión Estratégica del Marketing. En busca del cliente. Nuevos Ecosistemas de Consumo. Entorno Competitivo. La Estrategia. Gestión Ágil. El Cliente.

Ecosistema Digital: El Ecosistema de Marketing Integral. Objetivos y modelos de negocios digitales. Ecosistemas digitales. Cambios en el comportamiento del consumidor. Formatos de Comunicación más influyentes. Dejar de hablar tanto y empezar a escuchar. CRM como Corazón del Ecosistema de Marketing. Concepto (customer relationship management): razones de uso. Mix de Medios Digitales: usos, diferencias. Inbound Marketing. Contratación de Medios Digitales. Cómo medir la eficiencia el ecosistema.

Dirección Comercial Omnicanal: La disrupción que produjo internet. Repensar la Omnicanalidad.

Cambio en la forma de vender. Outbound Marketing (Marketing Tradicional). Inbound Marketing (Marketing de Contenido). Internet Divide. Sales Funnel, metodología del embudo de ventas. El embudo de ventas. Proceso de Venta (Sales Process). El juego de los números. Máquina de vender (Sales and Marketing Machine). Experiencia del cliente.

FINANZAS Y ECONOMÍA

Economía. El enfoque macroeconómico. Entorno económico cercano y lejano. Globalización comercial y financiera. La economía de un país: Empresas, familias y bancos. Consumo y ahorro. Mercado de bienes y servicios. Mercados de factores. Principales macrovariables: precios, producción, empleo, salarios, depósitos, préstamos y tasa de interés. Ciclo económico en economías cerradas. Inflación, recesión y desempleo. Ciclo provocado por la oferta y ciclo provocado por la demanda. Ejemplos en el mundo. Economías estables y volátiles. El rol del gobierno en la economía. Las cuentas del gobierno: Ingresos y gastos. Situaciones de equilibrio y desequilibrio fiscal. Financiamiento de los desequilibrios. Impacto sobre la inflación y la tasa de interés. Impacto sobre las empresas. Economía abierta. Relaciones de un país con el resto del mundo. Apertura y proteccionismo: mediciones, casos. Exportaciones e importaciones. Movimientos de capitales. Transferencias. Cuentas de la economía abierta: balance comercial, cuenta corriente, cuenta de capitales y balanza de pagos. Mercado cambiario. Oferta y demanda de divisas. Determinación del tipo de cambio. Intervención del gobierno en el mercado cambiario. Cómo proyectar el comportamiento del tipo de cambio y cómo afectan a las empresas sus variaciones.

Finanzas corporativas. Análisis de la situación económica, patrimonial y financiera de la empresa. Estados contables. Su importancia y uso para la toma de decisiones. Cómo mejorar los resultados y la capacidad competitiva de la empresa mediante decisiones de inversión y financiamiento. Integridad e importancia del informe financiero para apoyar la gestión de los administradores. El proceso de la planificación financiera: Factores clave: crecimiento - inversión - estructura financiera. Corto plazo vs. largo plazo. Estados financieros proyectados e integrados. Análisis de sensibilidad de proyecciones para la toma de decisiones.

Formulación y evaluación de proyectos de negocios. Estudios de viabilidad. Costos y beneficios relevantes de un proyecto. Evaluación económica de proyectos: construcción del flujo de fondos. Generación de valor. Valor económico agregado. Indicadores de valor: Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR). Costos y beneficios marginales. Flujo de fondos como herramienta financiera para integrar información y emitir dictámenes de viabilidad económica y financiera. Pensamiento financiero marginal. Apalancamiento financiero.



Contenidos

GESTIÓN ORGANIZACIONAL Y RRHH

Gestión estratégica del capital humano: Estrategia, estructura, puestos y personas. Gestión estratégica del capital humano. Enfoque de la gestión estratégica de RRHH: modelo de roles múltiples. Puestos críticos: complejidad de los puestos. Gestión por competencias. Capacidad humana y talento. Clima laboral. El líder y su responsabilidad frente al clima organizacional. Gestión de la multiculturalidad. Competencias claves. Procesos de Transformación. Los Entornos Vuca. Nuevas Realidades Implican Nuevos Desafíos. La Organización Dual. Cultura Corporativa Centrada en las Personas.

Gestión de operaciones: Mirando al cliente. La propuesta de valor. Atributos de las operaciones en el mundo actual. La cadena de abastecimiento 2D. La cadena de abastecimiento y los desafíos actuales. Clasificación de proveedores. El bienestar individual versus el bien común. Herramientas para la mejora. El diagnóstico. Gestión por procesos. Herramientas para la mejora continua. Innovación y tecnología, estrategia de la empresa. Innovación y mejora continua. Cultura de innovación. Mirando al futuro. Operaciones 4.0. Las 8 megatendencias disruptivas.

Analítica de gestión: Proceso de Gestión Del Desempeño. La Utilización de Indicadores No Financieros. Ejemplos de Medidas de Desempeño No Financieras . Análisis Predictivos a través de la Analítica De Datos. Proceso para Ejecutar el Análisis Predictivo. Escalando en el Análisis. Tipos de Modelos Predictivos. Aplicaciones del Análisis Predictivo. Motores de rendimiento.

INTEGRACIÓN CON SIMULADOR

El objetivo es profundizar la comprensión y el conocimiento de la complejidad de las operaciones de negocios globales en un entorno dinámico y competitivo. El juego pone a los equipos a competir y jugar gestionando una empresa global. Los participantes desarrollan y ejecutan estrategias para su empresa simulada. El éxito se mide y se comparan los indicadores clave operativos y financieros, incluyendo la cuota de mercado y ganancias entre otros.





ADEN International
Business School

www.aden.org

**Contenido sujeto a modificación*