

GEITD

GERENCIA ESTRATÉGICA
DE LA INNOVACIÓN Y
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL

Marzo 13 al 16, 2018
Florida International University (FIU)
Business School
Miami-FL, USA

Presencial / Cupos Limitados / en Español




marketingtech
estándares superiores

exec | S
Executive Seminars
Higher Education

Invitación al programa

Estimado Ejecutivo:

Es un grato placer para Executive Seminars LLC, presentarles la Certificación Ejecutiva "Gerencia Estratégica de la Innovación y Transformación Digital" que, conjuntamente organizada junto a Marketing Tech Latam y bajo la responsabilidad académica de FIU Business School de la Florida International University y Panamerican Business School, estaremos desarrollando entre el 13 y 16 de Marzo de 2018.

Estaremos compartiendo las últimas tendencias en la materia con las mejores prácticas en el mundo real lo que, sin duda alguna, supondrá una actividad digna de sus expectativas.

Destacados profesores de la FIU y Panamerican se reúnen para entregar su extensa experiencia y brindar poderosas herramientas y modelos que permitirán, a los asistentes, elevar sus posibilidades de enfrentar con éxito los desafíos globales de hoy día.

Resultará también una inmejorable oportunidad de ampliar su perspectiva, intercambiar opiniones y construir una red de contactos de primer nivel.

Le invitamos a participar de este interesante programa y disfrutar de las instalaciones de la Florida International University y del entorno natural de Miami que, seguramente, harán de esta una grata experiencia.

Atentamente,



Luis E. Daverede
CEO
Executive Seminars LLC

Acerca de



Es una empresa dedicada, exclusivamente, a la Educación Ejecutiva del más alto nivel especialmente dirigida a empresarios, ejecutivos y profesionales de las Américas y España. Mantiene alianzas con varias de las principales Universidades de USA así como con diversas consultoras especializadas en distintas áreas del conocimiento, junto a quienes comparte la organización de este tipo de programas y coordina la comercialización de los cupos dentro de toda la región.



MarketingTech es una consultora internacional especializada cuyo objetivo principal es ofrecer soluciones con alto valor profesional y retorno verificable que permita el desarrollo del potencial de sus clientes. Cuenta con oficinas y representaciones comerciales en varios países de América latina.



Primera y única universidad de investigación pública de Miami, que ofrece títulos de licenciatura, maestría y doctorado. Designada como una institución de investigación de primer nivel, Florida International University -FIU-, enfatiza la investigación como un componente importante en la misión de la universidad. El Colegio de Medicina Herbert Wertheim y el Laboratorio de Descubrimiento de la Escuela de Ciencias Informáticas y de la Información, son sólo dos de los muchos colegios, escuelas y centros que mejoran activamente la capacidad de la universidad, para establecer nuevos estándares a través de iniciativas de investigación. El Chapman Graduate School of Business de FIU forma a líderes en las áreas de negocios de todo el mundo. Es una de las escuelas de negocios más importantes del sur de Florida, acreditada por la Association of Advance Collegiate Schools of Business -AACSB-, y consistentemente entre las mejores escuelas de Estados Unidos en Negocios Internacionales por Bloomberg Businessweek y U.S. News World Report.



FLORIDA INTERNATIONAL UNIVERSITY

Primera y única universidad de investigación pública de Miami, que ofrece títulos de licenciatura, maestría y doctorado. Designada como una institución de investigación de primer nivel, Florida International University -FIU-, enfatiza la investigación como un componente importante en la misión de la universidad. El Colegio de Medicina Herbert Wertheim y el Laboratorio de Descubrimiento de la Escuela de Ciencias Informáticas y de la Información, son sólo dos de los muchos colegios, escuelas y centros que mejoran activamente la capacidad de la universidad, para establecer nuevos estándares a través de iniciativas de investigación. El Chapman Graduate School of Business de FIU forma a líderes en las áreas de negocios de todo el mundo. Es una de las escuelas de negocios más importantes del sur de Florida, acreditada por la Association of Advance Collegiate Schools of Business -AACSB-, y consistentemente entre las mejores escuelas de Estados Unidos en Negocios Internacionales por Bloomberg Businessweek y U.S. News World Report.



PANAMERICAN
Business School

Se dedica principalmente a la creación e implementación de programas en educación ejecutiva con el reto de mantener una continua actualización y renovación de contenidos, permitiendo responder a las necesidades y exigencias enfocadas hacia los nuevos desafíos del mercado. Nuestros programas exigen un staff de facilitadores de alto nivel en cuanto a formación académica y desarrollo empresarial, todo ello asegura mantener altos niveles de calidad y excelencia, por encima del promedio de programas de capacitación que se ofrecen en el mercado, lo que garantiza que el participante pueda generar la aplicación inmediata de los conocimientos adquiridos.



Detalles

Propósitos

La Certificación ha sido diseñada para todos aquellos ejecutivos que tienen a su cargo la dirección, el rumbo y la continuidad de sus negocios. Ha sido concebido para que CEOs, Gerentes Generales, Vicepresidentes, Directores y Gerentes de área, Directores de Mercadeo y todo aquel ejecutivo que busque mejorar su visión estratégica de los negocios, fortalecer su liderazgo, compartir experiencias y establecer redes de contacto de primer nivel.

Compartiremos

Una actividad dirigida al pensamiento estratégico y la reflexión sobre cuál será el futuro del Management y el impacto de la transformación de los modelos de negocio para su empresa. Esta Certificación de la Florida International University -FIU- ofrece contenidos de vanguardia que marcarán los años venideros en el ambiente de los negocios.

Estructura

Una parte del programa estará dedicada a clases magistrales cuyo propósito será el de introducir a los participantes en los modelos y desarrollos más recientes en la materia y su aplicación en el mundo de los negocios por parte de los expertos. Otra parte estará dirigida a generar situaciones (casos) tomados de diversos contextos que serán analizados colectivamente como forma de experimentar la teoría en un entorno de bajo riesgo.

Esquema Temático

La Evolución de los Mercados: Nuevos Valores, Canales, y Comportamientos. Modelos de Negocios Disruptivos. Transformación Digital. Innovación Estratégica de Mercados y Productos. Design Thinking: Propuestas Innovadoras de Valor. Liderando el Cambio y la Transformación Digital. Maximizando la Rentabilidad del Cliente I y II. Customer Experience Management. Shopper Marketing de Clase Mundial. La Industria 4.0 y la Robotozación del Trabajo. Big Data & Business Intelligence. Estrategias de Omnicanalidad. Visita de campo a empresa modelo en Transformación Digital.

Fecha, Lugar y Horarios

13 al 16 de Marzo de 2018
Campus de Florida International University (FIU)
Miami - USA
Martes a Viernes 8.30 a 17.30 hs.
Ceremonia de Clausura a continuación

Organización y Certificado

La organización del seminario está a cargo de Executive Seminars LLC -especialistas en educación ejecutiva de alto nivel- y Marketing Tech Latam, el otorgamiento del certificado de participación será emitido por Florida International University y Panamerican Business School.

Materiales

Dos semanas antes de iniciar la Certificación, los asistentes recibirán los primeros materiales de lectura (pre-estudio), que incluye casos de estudio e información general sobre la Certificación. Los participantes tendrán acceso a las presentaciones de los profesores.

Documentación

No es necesaria la visa de estudiante para participar del programa, recomendamos verificar la validez de su pasaporte y de la visa para EEUU (necesaria según su nacionalidad). La visa que se requerirá es la de turista y es en esa condición en la que ingresará al país.

Observaciones

La organización se reserva el derecho de sustituir algún ponente si resultare imposible su presencia así como a suspender o posponer el curso por razones de fuerza mayor. Los cupos son limitados y la organización se reserva el derecho de aceptación de las postulaciones.

Agenda

MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
Concientización	Innovación y Transformación	Conexión e Influencia	Marketing Estratégico
<p>» Bienvenida Autoridades FIU y Actividad de Networking</p>	<p>Sesión 4:</p> <p>» Innovación Estratégica de Mercados y Productos</p> <p>Anuor Aguilar</p>	<p>Sesión 7:</p> <p>» Maximizando la Rentabilidad del Cliente I</p> <p>Phd. Pablo Fernández</p>	<p>Sesión 11:</p> <p>» La Industria 4.0 y la Robotización del Trabajo</p> <p>Phd. Álvaro Gómez</p>
<p>Sesión 1:</p> <p>» La Evolución de los Mercados: Nuevos Valores, Canales, y Comportamientos</p> <p>Engel Fonseca</p>	<p>Sesión 5:</p> <p>» Design Thinking: Propuestas Innovadoras de Valor</p> <p>Msc. Rafael Igual</p>	<p>Sesión 8:</p> <p>» Maximizando la Rentabilidad del Cliente II</p> <p>Phd. Pablo Fernández</p>	<p>Sesión 12:</p> <p>» Big Data & Business Intelligence</p> <p>Sesión 13:</p> <p>» Estrategias de Omnicanalidad</p> <p>Phd. Álvaro Gómez</p>
ALMUERZO			
<p>Sesión 2:</p> <p>» Modelos de Negocios Disruptivos</p> <p>Msc. Rafael Igual</p>	<p>Sesión 6:</p> <p>» Liderando el cambio y la transformación digital</p> <p>Sergio Mendez</p>	<p>Sesión 9:</p> <p>» Customer Experience Management</p> <p>Hugo Brunetta</p>	<p>Sesión 14: Visita a empresa</p> <p>» Visita de Campo a Empresa Modelo en Innovación Digital</p>
<p>Sesión 3:</p> <p>» Transformación Digital</p> <p>Msc. Rafael Igual</p>		<p>Sesión 10:</p> <p>» Shopper Marketing de Clase Mundial</p> <p>Laureano Turienzo</p>	<p>» Ceremonia de Graduación Entrega de Diplomas</p>

Profesores



Engel Fonseca - México

Es el SVP de Media Science, una firma basada en New York la cual provee servicios de Marketing Digital para empresas globales a través de su empresa hermana Adsparent, conformando así el famoso grupo www.potential.com CEO en www.neuronadigital.org, www.neuronadigital.info y www.NDRadio.fm.

Ha sido pionero en México del concepto de empresario digital, logrando fundar la academia Neurona Digital, Coach de comportamiento organizacional, y director de equipos de Neurociencias. Fue Vicepresidente de la Asociación Mexicana de Internet en el 2009 y miembro de la IAB desde el 2010 a la fecha.

Colaboró para Microsoft, Televisa digital y FOX en el desarrollo de estrategias digitales para marcas de renombre internacional como Procter&Gamble, Warner, Nissan, VW, Volvo, Mercedes, Telcel, Telmex, ACER, Hewlett Packard y Banamex entre otros.

Ha desarrollado estrategias integrales digitales para gobiernos estatales y municipales dentro de la República Mexicana. Coorganizador en México junto con la AMIPCI del día internacional de internet en México en el 2014. Ha sido profesor en San Diego Colleague, el ITESM y la Universidad Anáhuac.

Cuenta con más de 50 artículos para la reconocida revista Merca 2.0 y ha impartido más de 100 conferencias relacionadas con tema de mercadotecnia digital.

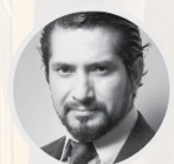


Rafael Igual - España

Experto en estrategia y modelos de negocio digital, apasionado por el emprendimiento y startups de base tecnológica.

Más de 25 años de experiencia en dirección y gestión de proyectos y campañas estratégicas para marcas, medios y agencias de: telecomunicación, distribución, comercio, alimentación, medios, Marketing, publicidad, banca, seguros, automotriz, tecnología, energía, ingeniería, construcción, real estate y gobierno.

Actualmente es Founder & CEO de Social Biz Factory, consultora estratégica en transformación e innovación digital. Fundador D2I Institute Latam, Business Partner Agile Sales Latam. Emprendedor, Business Angel, Mentor, Consultor y Speaker Internacional. Autor del Blog rafaigual.com



Sergio Mendez

Empresario, Conferencista, Consultor y Facilitador de procesos de entrenamiento en temas de Liderazgo, Administración de crisis, Gestión del Cambio y Transformación digital. Con estudios en Escuelas de Negocios de Estados Unidos, Latinoamérica, Europa y Asia.

Personal Coach de Empresarios y Directivos. Escribe para Revistas de Negocios en temas de Liderazgo y Management. Ha entrenado a más de 15,000 ejecutivos para más de 100 organizaciones en España, Argentina, Uruguay, Chile, Estados Unidos, México, Colombia, Ecuador, Paraguay, Guatemala, El

Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Trinidad & Tobago. Actualmente es Director General de Panamerican Business School.

Tiene un Master of Business Administration de la Universidad Católica de Chile, Master of Business Administration de la Universidad EAFIT de Colombia, Master en Dirección de Marketing de la ENAE Business School de España, Master en Liderazgo y Coaching de la ENAE Business School de España, Master en Negocios Digitales y un Master en Marketing Digital de la ESIC-ICEMD de España (cursando). Cuenta con un Postgrado en Gestión de Call Center de la Universidad de Belgrano de Argentina, Postgrado de Especialización en Mercadeo de la Universidad EAFIT de Colombia, Postgrado en Neuromarketing y un Postgrado en Neurocoaching del Braidot Neuroscience Institute de Argentina. Posee varias certificaciones, dentro de las cuales se pueden mencionar: International Business Management Certificate, en Jiang Tong University, Shanghai, China. Business Management Program, Harvard University, Boston USA. International Business Certificate de Harvard University, Boston, USA. Coaching Empresarial por la Academia Interamericana de Coaching AIAC, México. Ha dictado conferencias y cursos para varias Universidades de España y Latinoamérica, dentro de las que se pueden mencionar: ENAE Business School de España, Universidad de Monterrey de México Universidad de EAFIT de Colombia. INCAE Business School de Costa Rica, Universidad Valparaíso de Chile entre otras.

Pablo Fernández - Uruguay



Es Fundador y CEO de MarketingTech, firma que ofrece servicios de consultoría, capacitación e investigación a clientes en USA y América Latina. Conferencista internacional en temas de su especialidad. Doctor en Marketing (PhD), egresado de la Universidad de Cornell (NY) donde también obtuvo su diploma de Maestría.

Autor de diversas metodologías de management, entre éstas: el Modelo de las 6R, para rentabilización de cartera de clientes; metodología GRE para gestión de experiencia de clientes y el modelo QSP para estrategia de ventas.

Co-autor del libro "LA GESTION DEL MARKETING DE SERVICIOS" (Editorial Granica, Buenos Aires, 2003). Autor de los libros "LAS 6R DEL MARKETING" (Editorial Norma, Colombia, 2016) y "LAS 6R DEL NEGOCIO" (LID Editorial, Colombia, 2017). Autor de diversos artículos de su especialidad, incluyendo "No Reste Clientes, Sume Relaciones", Harvard Business Review.

Profesor del Executive Program in Marketing de la Universidad de Miami. Profesor de postgrados en Universidad ORT (Uruguay), Universidad de San Andrés (Argentina) y Universidad Americana (Paraguay). Anteriormente, fue Gerente de Marketing en diversas instituciones financieras, entre ellas ING Bank. Consultor de las Naciones Unidas. Distinguido como Eisenhower Fellow, 2008, institución que detecta, desarrolla y conecta líderes a nivel mundial.

Anuor Aguilar - Perú



Licenciado en Economía en la Universidad del Pacífico, con especialidad en Marketing y ventas con estudios en Rive Reine (Suiza). Ha ocupado cargos gerenciales en Chile, Suiza, Bolivia y Perú en la multinacional Nestlé y Corporación Lindley.

Innovador en procesos de mejores prácticas, con énfasis en el desarrollo de equipos integrados y motivados. Es especialista en Shopper y Consumer Marketing y autor del libro SHOPPER MARKETING, La era del shopper ha empezado. Inició su carrera profesional en Nestlé donde estuvo desempeñando cargos de marketing y gestión comercial ocupando los cargos de Brand Manager, Sales Manager y Gerente General para la multinacional de alimentos.

En la actualidad es gerente general de la empresa PrenSmart, parte del principal grupo de medios de comunicación de Perú. Profesor de Shopper Experience en la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC) y del Instituto San Ignacio de Loyola (ISIL); Director de la revista Punto de Marketing y Conferenciante habitual sobre temas de Marketing, ventas y gestión de equipos.

Hugo Brunetta - Argentina



Es uno de los mayores referentes en el tema para todo Iberoamérica. Con casi 30 años de experiencia, ha asesorado a más de 300 empresas en todo el continente.

Ha editado 7 libros, algunos en coautoría con otros referentes de la región. Fundador de la Asociación Argentina de CRM y de la Sociedad Iberoamericana de CRM. Creó, y dirige actualmente, el único posgrado en CRM y CEM que existe en LATAM.

Ha dado más de 150 ponencias en congresos internacionales; miles de horas dedicadas a la capacitación ejecutiva a más de 30.000 personas. Asesoró a 350 empresas de todo Iberoamérica. Fue galardonado con el premio iluminis a la excelencia académica entre otras distinciones.

Creó el concepto de BRM: Brand Relationship Management y el Modelo de Relacionamiento que hoy día aplican decenas de empresas. Profesor de maestrías y posgrados en 12 universidades de Iberoamérica. Licenciado en Administración. Magister en Administración y Marketing Estratégico.

Doctorando en Ciencias de la Administración. Es CEO de NEXTING IBEROAMERICA – Marketing Relacional y CRM -, y de 6 sentidos – Experience Making Company.

Laureano Turienzo - España



Profesional con más de 25 años de experiencia como directivo en Retail. Experto en Shoppers, B2C, marketing, operaciones, ecommerce, marca, social network, estrategia de negocios. Miembro del Consejo Administrativo del Retail Institute Spain & Latam, la institución más importante en análisis y consultoría estratégica del Retail en España. Miembro del Consejo Consultivo de la Catedra de Retail en UAM, Universidad Autónoma de Madrid.

Posee una Maestría en Retail Management, Magíster en Procurement Management y Magíster en Compras y Ventas. Experto en nuevos formatos de negocios, nuevos actores disruptivos y la última tendencia en retail online/offline. Profesor de estrategia comercial en Esic Business & Marketing School y en Florida International University.

Conferenciante especializado en marketing, retail, Celebrity Speakers International y BCC Conferenciantes. Autor de uno de los blogs en castellano sobre tendencias y estrategias en el retail más seguidos a nivel mun-

dial, con miles de lectores habituales procedentes de más de 20 países. Incluido por sus participaciones en la Speakers.

CSA Celebrity Speakers Ltd. Lista compuesta por 354 Speakers a nivel mundial, incluido en la lista donde están 14 premios nobeles, 15 ex- presidentes de naciones y celebridades.

Autor de artículos de prensa especializada en España, Latinoamérica y sur de Estados Unidos, así como en redes sociales donde tiene decenas de miles de seguidores. Autor del "Informe Amazon 2018", posiblemente la guía más completa sobre el modelo de negocio y estrategia de Amazon publicada hasta ahora.

Colaboró con diversas empresas e instituciones en el desarrollo de sus estrategias comerciales. Posee amplia experiencia en multinacionales (ExxonMobil, Galp..) , así y como directivo en empresas españolas de gran prestigio y como miembro de juntas directivas de organizaciones sectoriales . Bajo su dirección empresas han ganado numerosos premios sectoriales, se han internacionalizado y se han convertido en líderes comerciales.



Álvaro Gómez Vieites - España

Doctor en Economía y Administración de Empresas por la UNED, especialista en Economía de la Innovación. Premio Extraordinario de Doctorado. Máster oficial en Ciberseguridad. Licenciado en Economía por la UNED. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la UNED. Ingeniero Técnico en Informática de Gestión por la UNE. Premio al mejor expediente académico en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática de la UNED. Executive MBA y Diploma in Business Administration por la Escuela de Negocios Caixanova. Ingeniero de Telecomunicación por la Universidad de Vigo. Especialidades de Telemática y de Comunicaciones.

Ha completado su formación con cursos en la Universidad de Georgetown, la Universidad de Harvard, la Universidad NCUT de Pekín, la London School of Economics y la Escuela de Negocios ESADE. Es socio y consultor en España de la empresa Inprosec, que se encuentra certificada por la ISO 27001.

Profesor asociado de varias Escuelas de Negocios (IESIDE, ESIC-ICEMD, ESEUNE). Ha sido Director de Sistemas de Información y Control de Gestión en la Escuela de Negocios Caixanova, director del programa Executive MBA de esta entidad, Gestor TIC del Plan Gallego de I+D+i en la Dirección General de I+D+i del Gobierno de Galicia, y socio-consultor de las empresas EOSA y SIMCe. Responsable de la dirección y ejecución de numerosos proyectos de consultoría y de formación para empresas de diversos sectores y para la Administración Pública en España, relacionados con la Innovación y la aplicación de las Tecnologías de la Información, el desarrollo e implantación de Sistemas de Información, la Administración Electrónica, el Marketing Digital, el Comercio Electrónico, las Redes Sociales, la Seguridad Informática y Protección de Datos de Carácter Personal.

Autor de libros especializados en ciberseguridad: "Enciclopedia de la Seguridad Informática", uno de los referentes académicos en Universidades de España y Latinoamérica, "Sistemas Seguros de Acceso y Transmisión de Datos", "Seguridad en Equipos Informáticos", "Gestión de Incidentes de Seguridad Informática", "Auditoría de Seguridad Informática", "Redes de ordenadores e Internet. Funcionamiento, servicios ofrecidos y alternativas de conexión", "La Seguridad Informática y la Protección de los Datos de Carácter Personal en las Entidades Locales".

Contenido Temático

Sesión 1 - LA EVOLUCIÓN DE LOS MERCADOS: NUEVOS VALORES, CANALES, Y COMPORTAMIENTOS.

Engel Fonseca

Objetivo de Aprendizaje:

El participante será expuesto de manera holística, a la transformación de los sistemas económicos cada vez más centrados en el cliente, así como a las experiencias digitales. El consumidor es cada vez más impaciente, buscando simplificar sus decisiones a partir del consumo eficiente de información digital, menos centrado en consumir y más enfocado a las experiencias de consumo.

Agenda a desarrollar:

- El perfil del consumidor Millennial y el Screenager
- La orquestación de la demanda y la oferta dentro de cadenas de valor
- La evolución de los mercados en escenarios cada vez más competitivos
- La alineación de canales, segmentos y propuestas de valor
- Las ciencias humanas al rescate del marketing

Sesión 2 - MODELOS DE NEGOCIOS DISRUPTIVOS.

Msc. Rafael Igual

Objetivo de Aprendizaje:

El participante reconocerá la diferencia entre innovación incremental y radical, identificando la lógica detrás de modelos de negocios disruptivos y de crecimiento exponencial. Así mismo, se analizarán procesos de adopción y adaptación de tecnologías dentro de los modelos disruptivos de negocios.

Agenda a desarrollar:

- Ideas detrás de modelos disruptivos
- El diseño de experimentos de negocios y su rol en el desarrollo de la disrupción creativa
- La identificación y “re-framing” de los mejores problemas a resolver
- La atmósfera de negocios como acelerador de modelos disruptivos

Sesión 3 - TRANSFORMACIÓN DIGITAL.

Msc. Rafael Igual

Objetivo de Aprendizaje:

El participante logrará concebir y proyectar las iniciativas de innovación digital que existen en la actualidad, tanto en las organizaciones líderes como las emergentes. La transformación digital está creando para la ma-

yoría de las industrias un punto de inflexión estratégico, que viene a cambiar las premisas fundamentales de los negocios.

Agenda a desarrollar:

- Desarrollo de sistemas de apoyo a la operación
- Estrategias digitales de “Engagement” de clientes
- Desarrollo de propuestas de valor y soluciones digitales
- Gestión de canales digitales
- Aplicación de Big data y Analytics a decisiones de negocio

Sesión 4 - INNOVACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADOS Y PRODUCTOS

Anuor Aguilar

Objetivo de Aprendizaje:

Brindar metodologías, herramientas y buenas prácticas de empresas que hoy están generando innovaciones disruptivas en sus mercados.

Agenda a desarrollar:

- La Administración Estratégica y la Innovación.
 - » Reconocer la importancia del fortalecimiento de las capacidades para la innovación. Explicar los factores estratégicos clave en el desarrollo de la innovación. Reconocer las ventajas y las limitaciones de seguir diferentes estrategias para la innovación.
- La Cultura Organizacional Innovadora.
 - » Identificar las características de una cultura organizacional orientada hacia la innovación. Identificar las características que inhiben a la innovación en una empresa. Comprender cómo la cultura Organizacional puede ser fuente de ventaja competitiva.
- Creatividad e Innovación como Generadores de Valor
 - » Entender qué es la creatividad y cómo ayuda a solucionar los problemas de la innovación. Reconocer que la administración de la creatividad requiere que se ofrezca atención a los individuos y a los equipos, así como a una variedad de factores organizacionales. Entender que algunos tipos de sistemas organizacionales, de estructuras y de prácticas que obstaculizan la creatividad, mientras que otros la mejoran.

Sesión 5 - DESIGN THINKING: PROPUESTAS INNOVADORAS DE VALOR

Msc. Rafael Igual

Objetivo de Aprendizaje:

El participante aprenderá y aplicará la metodología de Design Thinking para el desarrollo de nuevos productos o servicios, desarrollando de manera simultánea el pensamiento convergente y divergente, seleccionando los protocolos de validación de ideas.

Agenda a desarrollar:

- Presentación del modelo de innovación Design Thinking
- Las etapas del Design Thinking
- Re-framing de problemas
- Desarrollo de desafíos de innovación
- Presentación de procesos de "ideation"
- Procesos de selección de ideas
- Protocolos de validación

Sesión 6 - LIDERANDO EL CAMBIO Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Sergio Mendez

Objetivo de Aprendizaje:

- Brindar una perspectiva del futuro del management y liderazgo que requieren las organizaciones para enfrentar los desafíos de la revolución y transformación digital.
- Dar a conocer los factores clave para liderar el cambio en los procesos de transformación digital y nuevos modelos de negocio
- Proporcionar las variables que permiten construir una cultura digital en la organización.

Agenda a desarrollar:

- Para actuar en digital, primero es necesario pensar en digital.
- ¿Cuál es el rol del Manager en la transformación digital?
- La velocidad del cambio en los procesos de transformación digital.
- La revolución digital: El resultado de maximizar la tecnología, los datos y las personas.
- El desafío de liderar las tres grandes olas del cambio organizacional:
 - 1) Liderar los cambios de la transformación digital y la robotización del trabajo.
 - 2) Liderar los cambios generados por cambio de modelos de negocio.
 - 3) Liderar los cambios inter-generacionales: ¿Cómo trabajar con 4 generaciones de colaboradores al mismo tiempo?
- ¿Cómo crear una cultura orientada a facilitar la transformación digital?
- Del management tradicional al management digital.
- Las cuatro competencias del Manager para liderar la transformación digital: Pensador digital, disruptor digital, líder digital, transformador digital
- Futuro del Management: Competencias de liderazgo requeridas a todo Director p/ara enfrentar el cambio
- Protocolos de validación

Sesión 7 y 8 - MAXIMIZANDO LA RENTABILIDAD DEL CLIENTE I Y II.

Phd. Pablo Fernández

Objetivo de Aprendizaje:

El participante desarrollará una perspectiva diferente para la gestión de su negocio, que le permitirá detectar oportunidades latentes en su cartera de clientes, obteniendo las herramientas para apro-

vecharlas. La perspectiva tradicional, centrada en la gestión de productos hace que las empresas típicamente desperdicien gran parte del potencial de negocio de su cartera de clientes. A lo largo de este módulo, conocerá y aplicará a su empresa la Metodología 6R para la rentabilización del negocio, lo que le permitirá diseñar acciones concretas y predecir su ROI.

Agenda a desarrollar:

- Del valor de sus clientes al valor de su empresa: cómo aumentarlo en forma medible
- Estrategias rentables de fidelización
- Cuatro estrategias para la rentabilización de clientes
- ¿Cómo desarrollar el poder de las referencias personales en su empresa?
- Los cuatro elementos para un sistema de recuperación de servicio en su empresa
- ¿Cómo diseñar una estrategia de reactivación de clientes inactivos?

Sesión 9 - CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT

Hugo Brunetta

Objetivo de Aprendizaje:

El participante podrá incrementar el valor de los clientes desde el primer momento, prevenir el abandono, comprender el valor de vida del cliente. Será capaz de maximizar la rentabilidad por cliente, conseguir nuevos clientes parecidos a los mejores actuales y aprovechar el conocimiento del cliente para lanzar nuevos productos. Optimizará el presupuesto de comunicaciones masivas.

Agenda a desarrollar:

- Estrategia en la Experiencia de Cliente
- Diagnóstico de la experiencia del cliente
- Innovación y Diseño de Experiencias de Cliente
- Experiencia digital
- Métricas y herramientas para medir emociones

Sesión 10 - SHOPPER MARKETING DE CLASE MUNDIAL

Laureano Turienzo

Objetivo de Aprendizaje:

Comprender e interiorizar los conceptos clave de la metodología Shopper Marketing, definiendo acciones y estrategias a lo largo de todo el proceso de decisión de compra, en los escenarios off-on line.

Agenda a desarrollar:

- ¿Por qué Shopper marketing?
- ¿Qué es Shopper marketing?

- Los Shopper insights para construir estrategias de shopper marketing
- Los Prosumers
- El Customer Journey: El Camino de la compra
- Los Momentos del Shopper a lo largo del proceso de la compra
- Tendencias globales con foco en el comprador: El futuro del retail

Sesión 11 - LA INDUSTRIA 4.0 Y LA ROBOTIZACIÓN DEL TRABAJO.

Phd. Álvaro Gómez

Objetivo de Aprendizaje:

Entender las principales características de la 4a. Revolución industrial y las futuras tecnologías que impactarán la sociedad del trabajo. Analizar la implantación de la “robotización masiva inteligente” y sus consecuencias sociales y económicas.

Agenda a desarrollar:

- Smart factories
- Modelos de producción Build-to-order
- Casos de éxito en la implantación de la robótica en distintos sectores
- Machine Learning y su evolución al Deep Learning
- Los Chainblocks y su impacto en la economía y las empresas
- Deep Learning y automatización mediante inteligencia artificial
- Internet of Things IOT
- Chatbots y otras tecnologías que impactarán a las organizaciones

Sesión 12 - BIG DATA & BUSINESS INTELLIGENCE.

Phd. Álvaro Gómez

Objetivo de Aprendizaje:

En esta sesión los participantes podrán identificar el impacto que está produciendo el Big Data & Analytics en la sociedad y en los mercados. A través de casos y ejemplos, obtendrán una mayor visión de los beneficios que ofrecen las herramientas de Inteligencia de negocios, Big Data & Analytics para la toma de decisiones estratégicas.

Agenda a desarrollar:

- Data Science: la ciencia de los datos, la nueva forma de competir
- Business Analytics y las áreas de la empresa en donde su uso se hace imprescindible
- ¿Cómo construir y valorar un proyecto de Inteligencia de negocios, Big Data & Analytics?
- La Seguridad de los datos y el Cybersecurity
- El futuro de la información y ¿cómo preparar a la organización para una nueva cultura orientada al manejo de los datos?
- Mejores prácticas y ejemplos de casos de éxito

Sesión 13 - ESTRATEGIAS DE OMNICANALIDAD.

Phd. Álvaro Gómez

Objetivo de Aprendizaje:

Esta sesión ha sido diseñada para dar a conocer a los participantes, los cambios y la evolución que ha logrado la integración de nuevas tecnologías y modelos centrados en el cliente, permitiendo la creación de experiencias de servicio a través de un enlace entre el mundo físico y el mundo virtual.

Agenda a desarrollar:

¿Qué es la Omnicanalidad?

- Claves estratégicas para un plan de omnicanalidad efectivo
- De la multicanalidad a la omnicanalidad
- Procesos críticos dentro de las compañías e impacto en la organización
- El desarrollo, gestión y resultados de la omnicanalidad
- ¿Cómo trabajar el conflicto de canal?

Sesión 14 - VISITA DE CAMPO A EMPRESA MODELO EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL.



Costo

U\$S 3.200 hasta el 31/01/2018

U\$S 3.600 a partir del 01/02/2018

¿Que incluye?

Materiales de estudio presentados en clase en español. Algunas de las conferencias pueden incluir referencias, artículos o casos en inglés. Incluye Almuerzos

Inscripciones y reserva de cupos

Para procesar su inscripción, deberá completar el formulario on line en el link que le será provisto a tales efectos. Después de aceptada su postulación, deberá proceder al pago del total de la matrícula o bien de un adelanto del 50% a efectos de confirmar el cupo, el saldo deberá completarse dentro de los 30 días previos al inicio del seminario.

Formas de pago

Se aceptan los pagos por Transferencia bancaria o Tarjeta de Crédito (vía PayPal). Los cargos que se apliquen según la forma elegida, serán por cuenta del cliente y deberán ser considerados al momento de realizar el mismo.

Hotel Oficial

Al formalizar su inscripción, el participante recibirá un listado de opciones de hoteles en la periferia del Campus FIU, para mayor comodidad.

Política de Cancelaciones

Siendo un programa con alta demanda, no se acepta cancelaciones en un período menor de 30 días. La política de cancelación no permite la devolución del pago ya efectuado. De no poder participar a la misma, puede ser reemplazado por un ejecutivo de su Empresa, notificando por escrito a más tardar 5 días antes del inicio del Programa. No se acepta roll-overs con menos de 6 días de anticipación. Personas consideradas noshow estarán sujetos a un cargo del 100% del valor del Programa. Cualquier reemplazo, roll-over o cancelación deber ser informado por escrito.

GEITD

GERENCIA ESTRATÉGICA
DE LA INNOVACIÓN Y
TRANSFORMACIÓN
DIGITAL

Marzo 13 al 16, 2018
Florida International University (FIU)
Business School
Miami-FL, USA

Presencial / Cupos Limitados / en Español

Contacto

Executive Seminars LLC

Tel: +598 9443-6318 / +1 (786) 374 -2716

geitd@exec-seminars.com - www.exec-seminars.com/geitd