

Plan de Estudio

Maestría en
Emprendimiento y
Negocios Digitales



Programas de Maestría

1. Maestría en Emprendimiento y Negocios Digitales (+) (*) (**)

La Maestría en Emprendimiento y Negocios Digitales en su modalidad a distancia se desarrolla a través del siguiente plan de estudios:

Cod.	Asignatura	HT	HP	CR
101 – MEN	Ecosistema Digital y Tecnologías Disruptivas	80	0	5
102 – MEN	Sistemas de Aceleración de Negocios Digitales	80	0	5
103 – MEN	Metodologías Ágiles de Desarrollo	80	0	5
104 – MEN	Gestión de Empresas Digitales	80	0	5
105 – MEN	Metodología de la Investigación I	64	0	4
201 – MEN	Inbound Marketing (Marketing de Atracción)	80	0	5
202 – MEN	Growth Hacking (Técnicas de Crecimiento Acelerado)	80	0	5
203 – MEN	Escalado de Negocios Digitales	80	0	5
204 – MEN	Finanzas para Empresas Digitales	80	0	5
205 – MEN	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	CR	CRX	CRC
301	Design Thinking	64	0	0	0	4
302	Estrategia Lean	64	0	0	0	4
303	Scrum	64	0	0	0	4
Total de horas y créditos complementarios		192				12

HT: Horas teóricas

HP: Horas prácticas

CR: Créditos curriculares

Horas Curriculares: 768

CRX: Créditos extracurriculares

CRC: Créditos cocurriculares

(+) Maestría de especialización

(*) Campo del Conocimiento UNESCO: 4. 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

Las sumillas de las asignaturas son las siguientes:

Código 101 - MEN **Ecosistema Digital y Tecnologías Disruptivas**

Al término de la asignatura, el estudiante identificará las tecnologías disruptivas que facilitan la transformación digital de una organización, con el objetivo de analizar el impacto de estas y su aplicación efectiva en nuevos negocios digitales.

Código 102 - MEN **Sistemas de Aceleración de Negocios Digitales**

Al término de la asignatura, el estudiante analizará los principales ecosistemas locales e internacionales aceleradores de negocios digitales, así como los nuevos modelos de inversión que los soportan y cómo los programas de emprendimiento se están integrando en las estructuras de innovación abierta que se están creando en las empresas y las mejores prácticas que se observan.

Código 103 - MEN **Metodologías Ágiles de Desarrollo**

Al término de la asignatura, el estudiante identificará el conjunto de técnicas, herramientas y metodologías ágiles que existen hoy en día y que se aplican en el desarrollo de los negocios digitales, con el objetivo de que sepa aplicar estas metodologías en la transformación digital de una organización y poder convertirla en una empresa exponencial.

Código 104 - MEN **Gestión de Empresas Digitales**

Al término de la asignatura, el estudiante analizará los elementos claves de los nuevos modelos de gobernanza, aplicando las técnicas de gestión de motivación y promoviendo las habilidades interpersonales, para lograr un modelo responsable y hacer crecer a las organizaciones de una forma sostenible.

Código 105 - MEN **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 - MEN **Inbound Marketing (Marketing de Atracción)**

Al término de la asignatura, el estudiante desarrollará estrategias de marketing online dirigidas a posicionar una organización en el ecosistema digital exponencial mediante el análisis de métricas y la creación de contenidos relevantes, empleando para ello herramientas de gestión de los *social media*.

Código 202 - MEN **Growth Hacking (Técnicas de Crecimiento Acelerado)**

Al término de la asignatura, el estudiante analizará el crecimiento y los resultados de escalar los negocios digitales, valorando cada una de sus fases y empleando la generación de lead a través de nuevas herramientas para atraer nuevos clientes y aumentar las ventas.

Código 203 - MEN
Escalado de Negocios Digitales

Al término de la asignatura, el estudiante analizará el uso de las palancas de escalado en los negocios digitales, valorando y empleando los diversos métodos de acompañamiento y mejora existentes en los procesos de contratación, con el fin de desarrollar dichos negocios de forma sostenible en los ecosistemas adecuados.

Código 204 - MEN
Finanzas para Empresas Digitales

Al término de la asignatura, el estudiante analizará los conceptos, teorías, técnicas y métodos actuales relacionados con las finanzas y planificación financiera, para que sea capaz de dar respuesta a los problemas económico-financieros de la empresa, obteniendo una visión estratégica amplia y global de la dirección financiera de la empresa, siendo capaz de relacionarla con el actual entorno digital en el que se desenvuelve.

Código 205 - MEN
Metodología de la Investigación II

La asignatura es de carácter 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 relacionadas con la Administración y Gestión, en cualquier campo como: informática, sistemas, ingeniería, construcción, educación, salud, deporte, agronomía, artes y humanidades.

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

1.3.1. Conocimientos sobre

- Gestión empresarial y tecnologías digitales.
- Gestión de personas y del talento.
- Gestión de la innovación como fuente de ventajas competitivas.
- Gestión de proyectos.
- Marketing
- Dirección estratégica.

1.3.2. Habilidades

- Trabajar de forma autónoma, individual y colectiva.
- Manejar de forma correcta las tecnologías digitales.
- Analizar los problemas de manera integral.
- Tomar decisiones en el ámbito empresarial.

1.3.3. Actitudes

- Curiosidad y búsqueda de soluciones creativas.
- Creatividad, superación, autocrítica y responsabilidad.
- Investigación, iniciativa, liderazgo, negociación y trabajo en equipo.

1.4. Objetivo general del programa

Al finalizar el plan de estudios, el egresado será un profesional capaz de analizar de forma crítica el impacto y repercusiones de las tecnologías en empresas y negocios. Con una formación aplicada, enfocada y actualizada al entorno competitivo actual, de base digital, será capaz de identificar el potencial de ecosistemas locales e internacionales de aceleración, desarrollar e implementar nuevos modelos de negocio digital y gobernanza tanto en el ámbito del emprendimiento como del negocio corporativo.

1.5. Objetivos específicos de formación

- Formar profesionales con capacidad de identificar el potencial que las tecnologías disruptivas proporcionan a las empresas.
- Identificar y valorar el potencial de los ecosistemas locales e internacionales de la aceleración para desarrollar nuevos modelos de negocios digitales.
- Aplicar nuevos sistemas de gobernanza y metodologías de trabajo emergentes.

1.6. Perfil del Egresado

El perfil que deben lograr los egresados es el siguiente:

1.6.1. Conocimientos

- Las tecnologías disruptivas que facilitan la transformación digital de una organización, el impacto de estas y su aplicación efectiva en nuevos negocios digitales.

- Los principales ecosistemas locales e internacionales aceleradores de negocios digitales, así como los nuevos modelos de inversión.
- Las metodologías ágiles de desarrollo, su aplicación en la transformación digital de una organización para convertirla en una empresa exponencial.
- Los elementos claves de los nuevos modelos de gobernanza, las técnicas de gestión de motivación y las habilidades interpersonales, para lograr un modelo responsable y hacer crecer a las organizaciones de una forma sostenible.
- Las estrategias de marketing online dirigidas a posicionar a una organización en el ecosistema digital exponencial.
- El crecimiento y los resultados de escalar los negocios digitales, la evaluación cada una de sus fases y la generación de lead a través de nuevas herramientas para atraer nuevos clientes y aumentar las ventas.
- Las palancas de escalado en los negocios digitales, los diferentes métodos de acompañamiento y mejora existentes en los procesos de contratación, para hacer crecer dichos negocios de forma sostenible en los ecosistemas adecuados.
- Los diferentes modelos de negocio que existen en internet, el comportamiento del consumidor online y el plan de e-marketing.
- Planes y elementos de marketing digital aplicado a la generación de contenido, gestión reputacional de la marca y marketing de buscadores.
- Gestión económico-financiera de empresas digitales y nuevos emprendimientos.

1.6.2. Habilidades

- Aplicar los principales ecosistemas internacionales, nacionales y locales de incubación, aceleración y venture building corporativo, para desarrollar nuevos modelos de inversión.
- Evaluar las diferencias entre los vehículos de inversión tradicionales y las nuevas plataformas de inversión en los ecosistemas exponenciales.
- Comprender el framework o infraestructuras digitales de innovación para aplicarlas en la transformación digital de una organización y convertirla en una empresa exponencial a través de metodologías agile de desarrollo.
- Aplicar metodologías innovadoras y creativas, como design thinking, lean start-up y customer development para la aplicación en organizaciones dinámicas, permitiendo descender de la idea al modelo de negocio.
- Analizar el posicionamiento conseguido con las estrategias de marketing online desarrolladas mediante las diferentes herramientas de medición de la inversión realizada.
- Aplicar la generación de lead a través de crawling, scraping y el diseño de una growth machine efectiva para atraer nuevos clientes y aumentar las ventas en los negocios digitales.
- Analizar el propósito del uso de las palancas de escalado en los negocios digitales para hacerlos crecer de forma sostenible en los ecosistemas adecuados.
- Analizar los diferentes métodos de acompañamiento y mejora en los procesos de contratación para lograr un funcionamiento más eficaz de los negocios digitales.
- Identificar y aplicar los mecanismos de protección de la propiedad intelectual en el contexto digital.
- Saber manejar indicadores de gestión para tomar decisiones empresariales en función de los mismos.

1.6.3. Actitudes

- Aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Desarrollar habilidades de comunicación, para redactar informes y documentos, o realizar eficaces presentaciones de los mismos.
- Planificar los recursos de los negocios digitales para poder sustentar un aumento de los clientes y generar un mayor crecimiento de los negocios de forma sostenible en el tiempo.
- Analizar el potencial que las tecnologías disruptivas y las nuevas metodologías creativas pueden aportar a las organizaciones en una nueva era transformacional de los sistemas empresariales.

- Analizar el valor de los recursos disponibles a través los nuevos modelos de gobernanza, para aplicarlos de forma que se potencie y retenga el talento interno de las organizaciones digitales y éstas crezcan de una manera dinámica.

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 Emprendimiento y Negocios Digitales**.



Newman
Escuela de Posgrado

