

PROGRAMA DE CURSO

Código	Nombre		
IN7798	Estrategia Digital en Entornos Virtuales		
Nombre en Inglés			
Digital Strategy			
SCT	Horas de Cátedra	Horas Docencia Auxiliar	Horas de Trabajo Personal
6	2	-	3
Requisitos		Carácter del Curso	
--		Electivo de Gestión	
Competencias a las que tributa el curso			
CE4	Evaluar técnica y económicamente propuestas que generen soluciones de valor en una organización o empresa, reconociendo las ventajas competitivas del uso de la tecnología y alineándose a la lógica y necesidades del negocio.		
CE5	Elaborar, implementar y promover propuestas tecnológicas derivadas de un análisis continuo que conlleva el (re)diseño del negocio en donde se integran la gestión y las TIC's.		
CG1	Comunicar y argumentar en forma oral y escrita, propuestas y resultados de proyectos de negocios con TI, mediante el uso eficaz de técnicas de persuasión y de negociación, considerando los diferentes contextos y audiencias.		
Propósito del curso			
<p>El curso Estrategia Digital tiene como propósito que el estudiante revise los marcos conceptuales y empíricos que soportan la estrategia digital, tanto en su formulación, como en su implementación, sin perder de vista la creación de valor, de cara a los clientes y a los accionistas, considerando el impacto de la digitalización en el negocio, el modelo de negocio, el ecosistema que se genera, la cadena de valor de distintos tipos de negocios, considerando aspectos de innovación, operaciones y distribución, a partir de nuevas herramientas digitales disponibles, entre las que se cuentan RRSS, analytics y plataformas, a fin de mejorar aspectos de experiencia de cliente y lealtad.</p> <p>Asimismo, diseña ajustes organizacionales que requiere una empresa, a fin de producir la transformación para implementar las estrategias digitales.</p> <p>El programa está dirigido a ejecutivos y profesionales de las distintas áreas de la empresa que deben entender y enfrentar el fenómeno de la digitalización y su impacto en la creación y captura del valor.</p> <p>El programa considera un enfoque conceptual y práctico, a fin de vincular la estrategia de negocio, con la dimensión digital; ya que los efectos son enormes en los modelos de negocios y los modelos de gestión.</p>			

Resultados de Aprendizaje	Competencia a la que tributa (CE–CG)
RA1: Analiza el impacto de la digitalización en el negocio, tomando en cuenta su alcance, el modelo de negocio y el ecosistema que se genera, en vista de las nuevas posibilidades que entregan las tecnologías digitales.	CE4
RA2: Determina la cadena de valor de distintos tipos de negocios, considerando aspectos de innovación, operaciones y distribución a fin de proponer mejoras en relación con la dupla cliente/lealtad.	CE5
RA3: Revisa los procesos de gestión de clientes a partir de las nuevas herramientas digitales disponibles, entre las que se cuentan RRSS, analytics y plataformas, a fin de mejorar aspectos de la experiencia del cliente.	CE4
RA4: Diseña ajustes organizacionales que requiere una empresa, a fin de producir la transformación para implementar estrategias digitales.	CE5
RA5: Redacta, de manera clara y coherente, un informe que da cuenta de la propuesta de ajustes organizacionales que favorezcan transformaciones para implementar estrategias digitales.	CG1

Metodología Docente	Evaluación General
<p>El programa privilegia una combinación equilibrada de presentaciones conceptuales, análisis de bibliografía específica y desarrollo de casos aplicados. La metodología considera no sólo la transferencia de conocimiento, sino su aplicación y el desarrollo de habilidades para enfrentar un ambiente digital, donde las interacciones son en línea y los procesos de bajo valor agregado se automatizan, e incluso, se les incorpora elementos de inteligencia.</p> <p>En definitiva, es una combinación equilibrada de conceptos, metodologías y aplicaciones, buscando que los participantes desarrollen aprendizaje en tiempos cortos, pero de alto impacto, para lo cual se trabaja con alto involucramiento de ellos.</p> <p>Las actividades que se contemplan son: (a) clases expositivas, (b) análisis de casos, (c) lectura de bibliografía y (d) taller práctico.</p>	<p>La evaluación considera un 35% de controles de lectura (en cada módulo hay uno) y 65% de trabajo aplicado del programa.</p>

Unidades Temáticas

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
1	RA1	Módulo 1 - Re-imaginando el Negocio	4
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> Alcance del negocio (clientes, servicios, propuesta de valor), en vista de las nuevas posibilidades que entregan las tecnologías digitales. Efectos de las tecnologías en el modelo de negocio y en los modelos de gestión. Construcción de ecosistemas digitales basados en plataformas, como evidencia del mayor potencial en creación y captura de valor. Análisis de distintos casos de plataformas digitales, tanto internacionales, como nacionales, con el fin de sistematizar los aprendizajes de su aplicación en muy distintas industrias. <p>Se considera una charla de un profesional involucrado en procesos de transformación digital en industrias relevantes, de manera de ilustrar los conceptos y aplicaciones revisadas, en particular, ecosistema digital.</p>			
Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
2	RA2	Re-formulando la cadena de valor	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
<ol style="list-style-type: none"> Aspectos clave para la transformación de la creación y entrega del valor. Integración entre distintos componentes de la cadena ampliada: proveedores, canales de distribución, clientes y complementos. Procesos básicos: abastecimiento, manufactura y distribución. Rol apalancador de la innovación, a partir del uso de activos - tangibles e intangibles - disponibles en el mercado. <p>Se considera una charla de un profesional involucrado en procesos de innovación, de manera de ilustrar aplicaciones vigentes actualmente.</p>			
Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
3	RA3	Reconectando con los clientes	2
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
En este módulo se revisan las variables clave en la gestión de los clientes, partiendo por el viaje del cliente, y la experiencia asociada a			

ese viaje; además de la capacidad de crear lealtad y la forma de gestionar la relación con los clientes, utilizando las tecnologías digitales, las que posibilitan comunicación bi-direccional e integración con distintos componentes del ecosistema digital.	
--	--

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
4	RA4, RA5	Reconstruyendo la Organización	3
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
1. Revisión de variables clave para ajustar la organización y que responda a los desafíos digitales, 2. Crecimientos exponenciales y sus variables clave: (a) estructura, (b) capacidades y (c) aprendizajes. 3. Aplicaciones digitales vigentes.			

Número	RA al que tributa	Nombre de la Unidad	Duración en Semanas
5	RA4	Implementando la Estrategia Digital	3
Contenidos			Referencias a la Bibliografía
1. Focos principales de la implementación de la Estrategia Digital, con especial atención a los tecnológicos, culturales y sociales 2. Modelos de gestión y roles para los efectos de la implementación de la estrategia digital. 3. Principales riesgos de los procesos de implementación. Se considera una charla de un profesional involucrado en procesos de implementación de estrategia digital, de manera de ilustrar aplicaciones, tanto de éxitos, como de fracasos.			

Bibliografía General	
<ul style="list-style-type: none"> Gupta, S.; Driving Digital Strategy: A Guide to Reimagining Your Business, Harvard Business Review Press, 2018. Weill, Peter. What's Your Digital Business Model?: Six Questions to Help You Build the Next-Generation Enterprise, Harvard Business Review Press, 2018. Parker, Geoffrey G.; Van Alstyne, Marshall W., Choudary, Sangeet Paul; Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You; W.W. Norton & Co., 2016 O'Reilly III, Charles A. & Tushman, Michael L.; Lead and Disrupt: How to Save the Innovator's Dilemma; Stanford Business Books, 2016 	

Vigencia desde:	2019
Elaborado por:	Claudio Pizarro
Validado por:	Juan Velásquez
Revisado por:	Andrea Matamoros (asesora curricular)