

Management 4.0: Transformación Digital para el éxito de las empresa

ENNEG738		3 Créditos
Profesor (es)	<i>Eddy Morris, Ph.D.</i>	
Ayudantes	-	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Es un curso diseñado para preparar a líderes y profesionales en la integración de estrategias digitales que impulsen la competitividad empresarial a través del management 4.0. Aborda el impacto de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, internet de las cosas, realidad virtual, analítica de datos y big data y otras tecnologías en la transformación de los modelos de negocio, productos y servicios. Los participantes adquirirán herramientas prácticas para liderar la transformación digital de sus organizaciones considerando una estrategia digital, la innovación, la agilidad y el cambio cultural. Este curso ofrece las competencias clave para posicionar a las empresas como referentes en esta era de la exponencialidad y adaptabilidad.

I.- OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DEL CURSO

Al finalizar la asignatura, el participante es capaz de aplicar eficazmente las tendencias tecnológicas e identificar las oportunidades que brinda la transformación digital en las organizaciones con la reinención de la empresa, modelo de negocio, productos, servicios para contribuir a la generación de valor en las organizaciones, y a su vez emplearlas el management 4.0 a fin de lograr la transformación empresarial.

- | | |
|---|--|
| 1. Analizar las oportunidades de transformación digital en modelos de negocio, productos y servicios mediante la identificación de tendencias tecnológicas emergentes como inteligencia artificial, internet de las cosas y analítica de datos. | |
| 2. Diseñar estrategias digitales innovadoras que integren los principios del Management 4.0 para liderar con éxito la transformación organizacional y cultural. | |
| 3. Evaluar el impacto de la implementación de tecnologías disruptivas en la competitividad empresarial, proponiendo soluciones adaptativas que potencien la generación de valor en la era digital. | |

II.- CONTENIDOS

Tema	Contenido	Lectura Obligatoria
1 Y 2	Transformación digital y componentes	KPMG. (2024). <i>5 claves de la transformación digital de empresas en 2024</i> . Recuperado de https://www.tendencias.kpmg.es/2024/01/5-claves-transformacion-digital-empresas-en-2024/ ☑ McKinsey & Company. (2024). <i>What is digital transformation?</i> Recuperado de https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation ☑
3 Y 4	Nuevas tendencias tecnológicas	Gartner. (2024). <i>Las 10 principales tendencias tecnológicas estratégicas de Gartner para 2024</i> . Recuperado de https://www.gartner.es/es/articulos/las-10-principales-tendencias-tecnologicas-estrategicas-de-gartner-para-2024
5	Estrategia digital	McKinsey & Company. (2021). <i>Estrategia para un mundo digital</i> . Recuperado de https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/estrategia-para-un-mundo-digital/es
6	Innovación digital	Accenture. (n.d.). <i>Da el salto y lidera: Reporte</i> . Recuperado de https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/a-com-migration/pdf/pdf-154/accenture-da-el-salto-y-lidera-report.pdf
7	Organizaciones ágiles y proyectos ágiles	McKinsey & Company. (2023). <i>What is agile?</i> Recuperado de https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-agile
8	Cultura empresarial para la transformación digital	Boston Consulting Group. (2018). <i>No digital transformation without digital culture</i> . Recuperado de https://www.bcg.com/publications/2018/not-digital-transformation-without-digital-culture
9	Organizaciones data driven	McKinsey & Company. (2022). <i>The data-driven enterprise of 2025</i> . Recuperado de https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-data-driven-enterprise-of-2025
10	Inteligencia artificial para los negocios. Hacia la 5ta revolución	PricewaterhouseCoopers. (2024). <i>2025 AI Business Predictions</i> . Recuperado de https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/ai-analytics/ai-predictions.html

CASOS HARVARD

Tema	Caso	Código
1	Caso Spotify	518S28 -PDF-SPA
2	Caso Transformación digital de la tienda Magazine Luiza, Spanish	519S17-PDF-SPA

III.- METODOLOGÍA, EVALUACIÓN Y NORMATIVA BÁSICA

3.1.- Metodología:

La metodología de enseñanza-aprendizaje contempla un razonamiento deductivo partiendo de la teoría hacia la práctica. Se considerará un método activo y participativo de enseñanza a través de la presentación de clases, reforzada con discusión en grupo basado en casos y aprendizaje activo basado en su propia investigación. En esta metodología el participante se convierte en agente activo del aprendizaje a través de la interacción en clase con reflexiones, aportes relevantes y cuestionamientos.

Se espera que los participantes hayan revisado el material asignado de acuerdo a la programación, y que estén preparados para controles de lectura que pueden tomarse al inicio o al final de la sesión.

Las sesiones de clase servirán para discutir y aclarar los conceptos, buenas prácticas y estrategias que se presentan en el curso. Se asignarán casos y trabajos, que los alumnos deberán presentar en un documento ya sea WORD y/o PPT de acuerdo a la indicación del profesor.

El Trabajo Final se desarrollará por grupos, de acuerdo a indicaciones del profesor. El objetivo de este trabajo es poner en práctica los conceptos, buenas prácticas y estrategias discutidos en el curso, mediante su aplicación a un problema real.

3.2.- Evaluación:

Participación en clase	: 30%
Presentación de Casos y Trabajos	: 35%
Trabajo final	: 35%
TOTAL	100%

3.3.- Normativa Básica

1. Los/las estudiantes deberán tener al menos un 75% de asistencia en el curso para poder aprobarlo.
2. Las clases serán los días y horas indicados por la dirección del programa.
3. Para cada clase los/las estudiantes deberán haber leído y estudiado anticipadamente la bibliografía correspondiente.
4. La calificación de todas las evaluaciones se hará con nota de 1 a 7.
5. El/la profesor/a se reserva el derecho de agregar, eliminar o reemplazar bibliografía durante el transcurso del programa si así lo estimara conveniente para la buena marcha de la asignatura.
6. La ausencia injustificada de un/a estudiante a una exigencia será calificada con nota 1.
7. Es importante enfatizar que cada estudiante debe asumir su propia responsabilidad en el cumplimiento del programa, especialmente en lo relativo a:
 - a. Estar al día en el desarrollo de la materia y de las diversas indicaciones que entregue tanto el/la profesor/a como la coordinación del curso. Por ejemplo, la ausencia a una

- sesión de clases no lo exime de las obligaciones académicas señaladas ese día.
- b. Velar por el fiel cumplimiento de las fechas y plazos establecidos para las distintas actividades de evaluación. Una vez fijadas y conocidas no se procederá a modificarlas.
 - c. Obtener el material de apoyo indicado para la cátedra cuando corresponda.
8. Todos los trabajos que se presenten en el transcurso del programa solo tendrán valor en la medida en que su autor sea capaz de explicar y respaldarlos personalmente. No se aceptan entregas que contradigan lo anterior. Toda justificación médica correspondiente a la inasistencia a una exigencia debe ser presentada a través de los canales regulares establecidos por la Universidad.
9. Toda forma de **copia y/o plagio** está penalizada y en caso de identificarse esta situación, se seguirá el [procedimiento disciplinario respectivo](#).

IV.- BIBLIOGRAFÍA

Lecturas Obligatorias

- KPMG. (2024). 5 claves de la transformación digital de empresas en 2024. Recuperado de <https://www.tendencias.kpmg.es/2024/01/5-claves-transformacion-digital-empresas-en-2024/>
- McKinsey & Company. (2024). What is digital transformation? Recuperado de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-digital-transformation>
- Gartner. (2024). Las 10 principales tendencias tecnológicas estratégicas de Gartner para 2024. Recuperado de <https://www.gartner.es/es/articulos/las-10-principales-tendencias-tecnologicas-estrategicas-de-gartner-para-2024>
- McKinsey & Company. (2021). Estrategia para un mundo digital. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/estrategia-para-un-mundo-digital/es>
- Accenture. (n.d.). Da el salto y lidera: Reporte. Recuperado de <https://www.accenture.com/content/dam/accenture/final/a-com-migration/pdf/pdf-154/accenture-da-el-salto-y-lidera-report.pdf>
- McKinsey & Company. (2023). What is agile? Recuperado de <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-agile>
- Boston Consulting Group. (2018). No digital transformation without digital culture. Recuperado de <https://www.bcg.com/publications/2018/not-digital-transformation-without-digital-culture>
- McKinsey & Company. (2022). The data-driven enterprise of 2025. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-data-driven-enterprise-of-2025>

- PricewaterhouseCoopers. (2024). 2025 AI Business Predictions. Recuperado de <https://www.pwc.com/us/en/tech-effect/ai-analytics/ai-predictions.html>

Lecturas Recomendadas

- De la Peña, J., & Cabezas, M. (2015). ¿Qué es la transformación digital? En La gran oportunidad: claves para liderar la transformación digital en las empresas y en la economía (pp. 33-58). Barcelona: Gestión 2000.
- McEwen, A., & Cassimally, H. (2014). El internet de las cosas: una perspectiva general. En Internet de las cosas: la tecnología revolucionaria que todo lo conecta (pp. 23-35). Madrid: Anaya Multimedia.
- Kolko, J. (2015). El pensamiento de diseño alcanza la mayoría de edad: el enfoque, en su día utilizando principalmente en el diseño de productos ahora invade la cultura corporativa. Harvard Business Review, 1-7.
- Aghina, W., Ahlbäck, K., De Smet, A., Fahrback, C., Handscomb, C., Lackey, G., Lurie, M., Murarka, M., Salo, O., Seem, E., & Woxholth, J. (2017). The 5 trademarks of agile organizations. McKinsey & Company.
- Romero, M., Núñez, L., & Maldonado, C. (2018). El nuevo paradigma de la omnicanalidad: hacia la excelencia en la experiencia del cliente (30 p.). Minsait.
- Graglia, D. (2016). Cambiar la mentalidad: no las máquinas. Latin Trade, 16-22.
- Bughin, J., & Catlin, T. (2017). What successful digital transformations have in common. Harvard Business Review, 1-5.

*Programa sujeto a cambios