DIPLOMADO EN DESARROLLO E INNOVACIÓN DE NEGOCIOS
(Válido como opción de grado para todos los programas)

Presentación:

De nada sirve generar ideas para la organización si no son originales e innovadoras. Estas deben proponerse, evaluarse y de ser viables, aplicarse y desarrollarse como estrategias de negocios innovadores, pero también venderse como productos. El emprendedor de hoy para dirigir negocios, necesita poseer las llaves para abrir las puertas de la innovación empresarial, llevando consigo los cambios que las empresas requieren para desarrollar una cultura de innovación aplicada en todos los ámbitos y estructura de la organización, desde los procesos, hasta el desarrollo y el uso de los productos y servicios.

Con este programa podrás adquirir y/o actualizar conocimientos para desempeñarte de manera práctica sobre la gestión integral de la innovación en los negocios y su desarrollo, bajo un enfoque creativo, competitivo y económico.

Es así, como el presente diplomado busca que el estudiante comprenda el desarrollo de los negocios desde una perspectiva innovadora, teniendo en cuenta sus fases, desde que son concebidos como emprendimientos, hasta su implementación y consolidación.

Público Objetivo:

- El diplomado en Desarrollo e Innovación de Negocios está dirigido a ejecutivos, profesionales, empresarios, negociantes y empleados que desean iniciar procesos estructurados de innovación al interior de sus organizaciones. Al mismo tiempo, está orientado a emprendedores que ya formaron su empresa o proyectan hacerlo.
- Estudiantes de diferentes áreas del conocimiento de carreras profesionales y tecnológicas que se desempeñen a nivel administrativo o ejecutivo en distintas empresas o estén interesados en crear o asesorar emprendimientos e ideas de negocios.

Certificación:

Para la certificación del programa formativo, el estudiantado debe cumplir el 80% de la asistencia al programa.

Propósitos y Objetivos de Formación:

- Enfocado a la aplicación de conceptos de gestión, gerencia, estrategia, desarrollo e innovación de negocios.
- Liderar procesos de innovación desde la idea hasta su implementación comercial como negocio o emprendimiento.
- Desarrollar habilidades y competencias para diseñar sistemas de gestión de la innovación que fomenten la generación de ideas como parte de la cultura de la organización.
- Aplicar los conceptos, técnicas, herramientas y estrategias a seguir para gestionar y aplicar estratégicamente la innovación en los negocios.

Metodología: remoto virtual

El modelo pedagógico que aplica la **CUES** implica una metodología teórico-práctica, en la que el estudiante, con base a una participación activa en clase y fuera de ella, desarrolla las habilidades y competencias para desarrollar e innovar negocios, guiados por docentes expertos en la temática, quiénes a través de actividades prácticas dirigidas a los participantes, los llevan a alcanzar los objetivos establecidos.

Duración:

5 módulos de intensidad, estructurados como cursos, para un total de **120** horas de duración. 100 presenciales y 20 de trabajo autónomo.

Horario:

Sábados de 2:00 a 6:00 PM
Domingos de 8:00 AM a 12:00 PM.

Inicio:

Abril 2 al 11 de junio del 2022

* La apertura del programa estará sujeta al número de personas inscritas en el diplomado.

Valor de Inversión:

Estudiantes activos y egresados no graduados: $1.600.000
Precio por pronto pago $1.500.000

* Todo proceso de devolución implica un tiempo de 20 días hábiles.

PLAN TEMÁTICO

MÓDULO 1. FUNDAMENTOS Y RUTA DE LA INNOVACIÓN. (24 horas) 2 y 3 de abril – 9 y 10 de abril. Rodrigo Cienfuegos

Hoy por hoy, las ideas de negocios y los emprendimientos requieren de decisiones e innovaciones inteligentes, por esto, al ser materializadas, es necesario evaluar dichas ideas para determinar su impacto en la realidad. El presente curso genera conciencia de innovación en los negocios en un contexto global, introduciendo el concepto de innovación disruptiva como elemento diferenciador. Se exploran distintos tipos de innovación, se evalúan las razones de sus éxitos y fracasos. Se espera que con este ejercicio los participantes del curso estén en capacidad de plantear innovación en los diferentes escenarios en que se desempeñen.

TEMAS:

- Qué es innovación
- Tipos de innovación
- Gestión de la innovación: Cómo aprender a innovar innovando.
- Focos de innovación para emprender
- La innovación fundamento de la competitividad
- Componentes organizacionales para la innovación

MÓDULO 2: LA INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA EN LOS NEGOCIOS. (24 HORAS) 16 Y 17 de abril – 30 de abril y 01 de mayo Jorge Villegas

Toda organización necesita involucrar en los procesos gerenciales la innovación para aumentar la productividad y competitividad. Más allá de calculadas planificaciones iniciales, hoy todo modelo de negocio se enmarca en un contexto de cambios. Una adecuada gestión de la innovación les permite a las empresas —frente a sus competidores— ganar ventajas competitivas y diferenciación. Cuando las empresas introducen innovaciones en sus productos, buscan ganar éxito y que estos sean reconocidos por sus clientes, para ello, es necesario socializarlos, así como determinar el presupuesto adecuado para lograr su viabilidad y materialización. Se espera que con este ejercicio los participantes del curso promuevan la innovación dentro de las organizaciones, para crear cultura de cambio y optimización de los recursos, en procesos, mercados y productos.

TEMAS:

- La estrategia a partir de la innovación
- La Innovación como proceso corporativo.
- Gestión del diseño, la co-creación de valor.
- La organización. Cultura, Estructura y Modelos de Negocio.
- Ciclos de experiencia y la propuesta de valor

- Taller: utilizando herramientas de creatividad empresarial, los participantes verán cómo se ejecuta la estrategia por medio de nuevas propuestas en la gestión de toma de decisiones.

MÓDULO 3: HABILIDADES Y FUNCIONES DE LA GERENCIA INNOVADORA (24 horas) 7 y 8 de mayo – 14 y 15 de mayo. Mg. Zogly Toro Villa

Para poder mantenerse atractivos a los ojos de los consumidores, los productos necesitan ser renovados, existen diversas formas de hacerlo, sin embargo, lo ideal es innovarlos sumando nuevos usos o características funcionales que los compradores perciban. Los participantes del presente módulo, aprenderán más sobre los conceptos de liderazgo y gerencia, estudiando sus estilos, y cómo tomar decisiones apropiadas y efectivas en el desempeño de sus funciones como gestores de la innovación en sus empresas o negocios. También a comprender las necesidades actuales y futuras de la innovación como una opción para mantener el interés de los clientes en los productos. De esta manera, los estudiantes podrán mejorar sus habilidades (soft skills – hard skills) y competencias a nivel gerencial y las de su equipo de trabajo, incorporando las mejores prácticas identificadas por empresas exitosas con sello innovador.

TEMAS:

- Innovación: habilidad 4.0 de gerentes de hoy
- Liderazgo y pensamiento creativo
- Habilidades y competencias del gerente innovador
- Funciones del departamento de innovación
- La importancia de la gerencia innovadora en tiempos de crisis
- Design Thinking para la innovación de procesos.

MÓDULO 4: CHANGE MANAGEMENT (24 HORAS) 21 y 22 de mayo – 28 y 29 de mayo Gisela Vizcaíno Solano

Los diversos sectores económicos se componen de empresas que buscan ganar posicionamiento, diferenciación y valor. Para el gerente de un negocio es importante comprender cómo generar cambios en beneficio de los resultados de la organización. Liderar estableciendo nuevas conductas y nuevas formas de trabajar, para la motivación y el cambio, entendiendo la forma de hacer las cosas de manera diferente, es parte de la gerencia del cambio.

Es así como el curso de Change Management aplicado en los negocios provee las competencias teórico - prácticas necesarias para impulsar y suscitar cambios favorables en la conducta del recurso humano, las operaciones de las empresas, el servicio y los productos.

TEMAS:

- Cambio organizacional
- Liderazgo para el cambio.
- El lado duro de la gestión del cambio (The Hard Side of Change Management)
- Construir y fomentar el cambio
- Principios de la gestión del cambio
- La responsabilidad de cambiar nuestra propia conducta.

MÓDULO 5: LA INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA DE MARKETING (24 **HORAS). 4 y 5 de junio y 11 y 12 de junio. Mg. Primo Ángel Robles Mayoral**

Debido a las nuevas reglas de juego en el orden económico y cultural a nivel mundial, el mercado ha experimentado profundos cambios, incluyendo paradigmas y mitos asociados a los productos. En este caso, la gestión de la innovación como estrategia de marketing jugará un papel fundamental en la comercialización y venta de los produservicios. Desarrollar las diferentes herramientas para dar a conocer y comercializar la innovación, buscando su aceptación y desarrollo, a través del uso y consumo, es parte de los objetivos del presente módulo. También se hará énfasis en la gestión del marketing en la aceptación de los productos en los mercados, su recordación y posicionamiento en los consumidores y el impacto que la innovación genera en ellos, como promesa de valor para las compañías de hoy.

TEMAS:

- Los 4 paradigmas del Marketing
- Innovación y Desarrollo de negocios a partir del marketing
- Diversificación e innovación de los Mercados
- La segmentación como generación de valor
- Elección de mercados y posicionamiento
- El poder de las estrategias de Marketing

Facilitadores:

Mg. Rodrigo Cienfuegos Molina

Mgs. en Gerencia de Proyectos de Investigación y Desarrollo de la URBE. Ingeniero Comercial. Con experiencia académica en emprendimiento, asesor en creación de empresas y formador de emprendedores. Ha sido docente en CUES, CEIPA y SENA.

Mg. Jorge Villegas Jiménez

Ingeniero e Investigador Asociado por Minciencias. Extensionista Tecnológico. Director de Investigación y docente en CUES. Asesor en Emprendimiento e innovación SENA. Becario de la OEA en MBA para la Dirección de Empresas y Gerencia de Proyectos.

Mg. Zogly Toro Villa

Mg. En Administración de Empresas e Innovación. Esp. en Gestión de Proyectos. Administradora de Empresas egresada de la CUES. Directora de programa y docente experimentada en el área administrativa.

Mg. Gisela Vizcaíno Solano

Mg. en Talento Humano. Psicóloga y docente experimentada en la enseñanza de la gestión humana y el Desarrollo Organizacional. Ha sido docente en la Universidad Libre, Autónoma del Caribe y CUES.

Mg. Primo Ángel Robles Mayoral

Magíster y Especialista en Mercadeo. Profesional en Negocios y Finanzas Internacionales. Con experiencia en marketing digital, ventas y la enseñanza del mercadeo en instituciones universitarias.

NOTA: El diplomado inicia al completarse un grupo mínimo de 15 participantes.

Contáctenos:

Funcionario designado: Mg. Campo Elías Camacho Marín

Email institucional: Marketing@cues.edu.co
admisiones@cues.edu.co