



2026

DIPLOMATURA EN

Management de Negocios en la era Digital

**Cómo administrar estratégicamente las unidades de
negocio en el entorno digital.**

(*) Como requisito general, los participantes deberán contar con estudios secundarios completos o encontrarse cursando los últimos años del nivel medio, garantizando así que dispongan de la formación básica necesaria para sostener procesos de aprendizaje en el marco de la educación continua universitaria, que requieren autonomía, reflexión crítica y aplicación práctica de los contenidos.



Duración: 100 horas. (54 horas sincrónicas y 46 horas asincrónicas).

Días y horarios:

Del 10 de abril al 21 de agosto de 2026.

Viernes de 09.00 a 12.00 Hs

(se alterna presencial y virtual) + actividad asincrónica.

[Ver calendario de encuentros.](#)

Modalidad: Seimpresencial + actividad asincrónica.

Aranceles:

Externos:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$710.000.- o 6 cuotas de: \$145.000.-

Comunidad UAI*/ADEEPRA/VANEDUC:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$497.000.- o 6 cuotas de: \$101.500.-

Club La Nación/Clarín 365**:

Matrícula: \$30.000.-

Contado: \$397.600.- o 6 cuotas de: \$116.000.-

(*) Suscriptores y/o familiares directos de los titulares de las credenciales.

(**) Alumnos, graduados, y/o familiares directos.

Dirigido a:

Graduados y estudiantes avanzados de la Licenciatura en Administración y otras carreras de Ciencias Económicas. Gerentes, jefes de área, analistas y consultores que busquen actualizar sus competencias de gestión para el entorno digital.

Beneficios:

Los participantes desarrollarán una visión estratégica para alinear la tecnología con los objetivos del negocio, liderar proyectos de transformación digital y tomar decisiones gerenciales fundamentadas en datos.

Objetivos:

- Diseñar planes estratégicos para la adaptación y crecimiento del negocio en el entorno digital.
- Adquirir herramientas para la gestión de proyectos de innovación y tecnología aplicada a la administración.
- Desarrollar habilidades de liderazgo para conducir equipos en procesos de cambio organizacional.
- Utilizar la analítica de datos como un recurso estratégico para la toma de decisiones gerenciales.

Resultados de aprendizaje:

- Evaluar modelos de negocio digitales y formular un plan de transformación para una organización
- Diseñar un cuadro de mando con KPIs digitales para medir el desempeño del negocio
- Estructurar un plan de proyecto para la implementación de una nueva tecnología de gestión
- Formular estrategias para la gestión del cambio organizacional asociado a la digitalización.

Resultados esperados:

- Capacidad para analizar el impacto de la tecnología en los modelos de negocio tradicionales y formular planes estratégicos de transformación digital.
- Conocimiento para crear y validar nuevas propuestas de valor adaptadas a las demandas del consumidor digital.
- Conocimiento de las principales herramientas tecnológicas de gestión y criterio para seleccionar las más adecuadas según las necesidades de la organización.
- Capacidad para diseñar una estrategia de cliente omnicanal, integrando los puntos de contacto físicos y digitales para ofrecer una experiencia coherente.
- Habilidad para interpretar las métricas clave del marketing digital y la inteligencia comercial con el fin de tomar decisiones que impulsen el crecimiento.
- Conocimiento de metodologías ágiles y tradicionales para planificar, ejecutar y controlar proyectos de implementación tecnológica.
- Habilidad para liderar equipos de trabajo en entornos de alta incertidumbre y promover una cultura de innovación, experimentación y aprendizaje continuo.

Enfoque general:

La diplomatura ofrece una perspectiva gerencial sobre los desafíos y oportunidades de la era digital. Se enfoca en dotar a los profesionales de la administración de herramientas estratégicas para liderar la transformación digital, optimizar procesos de negocio y gestionar proyectos tecnológicos.

El programa integra conocimientos de estrategia, operaciones, marketing y liderazgo aplicados al nuevo paradigma digital.

Contenidos:

Módulo 1: Estrategia y transformación digital en los negocios

Unidad 1: Entorno digital y tecnologías disruptivas.

Unidad 2: Nuevos modelos de negocio (Plataformas, Suscripción, Ecosistemas).

Unidad 3: Diagnóstico de madurez digital y formulación de la estrategia.

Unidad 4: Diseño del Roadmap de transformación y definición de KPIs.

Módulo 2: Herramientas prácticas de gestión digital

Unidad 1: Colaboración y productividad en la nube.

Unidad 2: Gestión Ágil de tareas y proyectos.

Unidad 3: Creación y gestión de un ecommerce

Unidad 4: Herramientas de comunicación y automatización de marketing.

Módulo 3: Marketing y experiencia del cliente en la era digital

Unidad 1: El nuevo Customer Journey y la estrategia omnicanal.

Unidad 2: Marketing de atracción y marketing de contenidos.

Unidad 3: Gestión de la experiencia del cliente y personalización.

Unidad 4: Analítica web y métricas clave para la toma de decisiones.

Módulo 4: Inteligencia artificial aplicada al management

Unidad 1: Fundamentos de IA para managers.

Unidad 2: Aplicaciones de IA en la eficiencia operativa y automatización.

Unidad 3: IA para la inteligencia de clientes y la personalización a escala.

Unidad 4: Estrategia de implementación de IA y consideraciones éticas.

Módulo 5: Liderazgo, talento y cultura organizacional digital

Unidad 1: Competencias del líder digital y gestión de equipos híbridos.

Unidad 2: Gestión del cambio organizacional.

Unidad 3: Fomento de una cultura ágil, innovación y Design Thinking.

Unidad 4: Gestión del talento digital: Reskilling y Upskilling.

Metodología:

La Diplomatura adopta un enfoque integral de gestión que combina marcos teóricos estratégicos con la aplicación práctica de herramientas digitales.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se articula en torno al "Método del Caso", donde los participantes analizarán escenarios de negocios reales para diagnosticar la madurez digital y proponer soluciones de transformación.

Los asistentes interactuarán directamente con plataformas de gestión en la nube, herramientas de automatización de marketing y soluciones de Inteligencia Artificial Generativa para optimizar procesos de decisión.

Calendario de encuentros:

10/04/2026 – Virtual
17/04/2026 – Presencial
24/04/2026 – Virtual
08/05/2026 – Presencial
15/05/2026 – Virtual
22/05/2026 – Presencial
29/06/2026 – Virtual
05/06/2026 – Presencial
12/06/2026 – Virtual
19/06/2026 – Presencial
26/06/2026 – Virtual
03/07/2026 – Presencial
10/07/2026 – Virtual
17/07/2026 – Presencial
24/07/2026 – Virtual
31/07/2026 – Presencial
07/08/2026 – Virtual
14/08/2026 – Presencial
21/08/2026 – Virtual

Evaluación:

Se requiere la aprobación de trabajos prácticos por módulo y la defensa de un Trabajo Final Integrador, donde se apliquen las competencias adquiridas en el diseño de un plan estratégico de transformación digital para un caso real o simulado. Se requiere la aprobación de los trabajos prácticos y la aprobación y defensa de un Trabajo Final Integrador que evidencie la aplicación de las competencias estratégicas y de gestión desarrolladas.

Bibliografía:

Agrawal, A., Gans, J., & Goldfarb, A. (2019). Máquinas predictivas: La sencilla economía de la inteligencia artificial. Editorial Reverté.

Iansiti, M., & Lakhani, K. R. (2020). Competing in the Age of AI: Strategy and Leadership When Algorithms and Networks Run the World. Harvard Business Review Press.

Kane, G. C., et al. (2019). The Technology Fallacy: How People Are the Real Key to Digital Transformation. MIT Press. (Módulo 5).

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Tecnología para la humanidad. LID Editorial.

Ries, E. (2012). El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua. Deusto.

Rogers, D. L. (2016). The Digital Transformation Playbook: Rethink Your Business for the Digital Age. Columbia Business School Publishing.

Sutherland, J. (2015). Scrum: El arte de hacer el doble de trabajo en la mitad de tiempo. Océano.

Director:

Lic. Tomás Leonel Alvarez. Licenciado en Administración.

Tedx Speaker y especialista en proyectos de comunicación digital.

Desarrollador de contenidos de formación y capacitaciones para profesionales y empresas. Entre ellas, compañías como Banco Santander, Next U, Banco Ciudad, Fundación Banco Macro, Universidad Tecnológica Nacional de Buenos Aires, entre otras.

Escritor de 2 libros.

