



INICIO
29/05

DIPLOMATURA EN GESTIÓN INNOVADORA DE ORGANIZACIONES CON Y SIN FINES DE LUCRO

MODALIDAD VIRTUAL

FUNDAMENTACIÓN

En la actualidad es cada vez mayor la exigencia de conocimientos dentro de las organizaciones. Por lo cual, apuntar al desarrollo de capacidades y aptitudes es central en la formación de cada actor que compone una organización exitosa tanto en empresas como en organizaciones no gubernamentales (ONG).

La Diplomatura en Gestión Innovadora se fundamenta en la necesidad de desarrollar habilidades y competencias que permitan a los integrantes liderar y gestionar organizaciones en un entorno en constante cambio y evolución. De ahí que esta propuesta busca brindar las herramientas conceptuales y prácticas necesarias para identificar y aprovechar oportunidades de innovación a través de un enfoque multidisciplinario.

Las organizaciones enfrentan desafíos complejos en un contexto social, político, económico, tecnológico y educativo signado por cambios, innovaciones y transformaciones que irrumpen en las dinámicas internas. El impacto de la globalización, el avance de la tecnología, la inestabilidad económica y los cambios en las preferencias y comportamientos de los consumidores son solo algunos ejemplos de las problemáticas que las atraviesan. Estos desafíos requieren líderes capaces de adaptarse y desarrollar estrategias innovadoras para garantizar la supervivencia y el éxito de sus organizaciones.

Asimismo, en el marco de acciones de una agenda nacional y global, cabe destacar que la Facultad ha implementado hace más de una década el Plan Estratégico Institucional Participativo (PEIP).

En los últimos años fue necesario emprender tres grandes desafíos para trabajar en post de la sostenibilidad y prosperidad de las personas que forman parte de la institución y de la comunidad en general con la cual nos vinculamos: Co-Creación, Planificación Institucional Participativa (PIP UNER) y Agenda Apropiación de Desarrollo Sostenible 2030.

Con relación a este último desafío, la propuesta comprende profundizar el trabajo que se viene realizando para alinear la planificación de la Facultad con la Agenda Apropiación de Desarrollo Sostenible 2030.

FUNDAMENTACIÓN

En esta propuesta, y haciendo foco en incorporar una mirada transversal que incluya y ponga en valor los Objetivos y metas de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus correspondientes metas, diversos son los ODS que se vinculan directamente con la misma.

En primer lugar, el ODS 4 - Educación de calidad: ya que la diplomatura proporciona una formación especializada en gestión innovadora de organizaciones, contribuyendo a la mejora de la calidad educativa y el desarrollo de habilidades y conocimientos relevantes para la gestión empresarial sostenible.

El ODS 5, que refiere a la Igualdad de género, al capacitar a los participantes en el desarrollo de habilidades de gestión que promuevan la inclusión y la igualdad de género en sus propias organizaciones. Abarcando temas como la comunicación efectiva, la empatía y la promoción de un ambiente laboral respetuoso y diverso. Asimismo, incluir debates sobre los desafíos que enfrentan las mujeres en posiciones directivas, e identificar y desafiar estereotipos de género que pueden estar presentes en la toma de decisiones y en la cultura organizacional, promoviendo una mentalidad más inclusiva y de respeto mutuo.

El ODS 8, Trabajo decente y crecimiento económico, al promover la creación de empleo productivo y el desarrollo de habilidades empresariales, lo que contribuye al crecimiento económico sostenible y la generación de oportunidades de trabajo decente.

Por su parte los ODS 9 y 11, que refieren a Industria, innovación e infraestructura y Ciudades y comunidades sostenibles, ya que esta propuesta hace foco en el desarrollo de prácticas y procesos innovadores, así como la implementación de tecnologías avanzadas para mejorar la eficiencia y la competitividad de las empresas. Tiene un impacto en el desarrollo sostenible de las comunidades y ciudades, al fomentar la implementación de prácticas empresariales responsables, el respeto por el medio ambiente y la generación de beneficios sociales en las áreas donde operan las organizaciones.

Finalmente, el ODS 17, Alianzas para lograr los objetivos: al fomentar la colaboración y la cooperación entre diferentes actores, como empresas, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos, para impulsar el desarrollo sostenible a través de la implementación de soluciones innovadoras y la generación de alianzas estratégicas.

FUNDAMENTACIÓN

a. Pertinencia

Esta propuesta está orientada a formar personas capaces de liderar y gestionar organizaciones (empresas y ONGs) en un entorno dinámico y competitivo. A través de un enfoque integral que garantice procesos de aprendizaje significativos, combinando teoría y práctica, los participantes adquirirán las habilidades necesarias para impulsar la innovación, la creatividad y el crecimiento de sus organizaciones, convirtiéndose en agentes de cambio y contribuyendo al desarrollo sostenible de la economía y la sociedad.

b. Modalidad

Virtual con posibilidades de encuentros presenciales en aulas híbridas.

OBJETIVOS

Objetivo general

La diplomatura en gestión innovadora tiene por objetivo formar a los participantes en liderazgo y gestión de las organizaciones, dotándolos de conocimientos clave para la realización de diagnósticos, evaluaciones, proyecciones y ejecución de la gestión efectiva para la consecución de la misión de la organización.

Objetivos específicos

- Desarrollar habilidades de liderazgo y capacidad estratégica. Formar líderes capaces de tomar decisiones estratégicas basadas en un análisis profundo del entorno empresarial, identificando oportunidades de innovación y diseñando estrategias que impulsen el crecimiento y la competitividad de las organizaciones.
- Dotar a los participantes de herramientas y conocimientos para gestionar eficazmente los procesos de cambio en las organizaciones, superando resistencias y aprovechando las oportunidades que surjan en el entorno empresarial en constante evolución.
- Impulsar la gestión del talento y el trabajo en equipo: Desarrollar habilidades para reclutar, desarrollar y retener a profesionales altamente capacitados, promoviendo un ambiente de colaboración y trabajo en equipo que estimule la innovación y la creatividad. Como así también promueva la igualdad de género y la inclusión.

OBJETIVOS

Objetivos específicos

- Comprender los fundamentos básicos de la orientación de marketing en la gestión de las empresas, las estrategias y herramientas para su implementación.
- Brindar herramientas para determinar costos de productos y servicios, establecer una estrategia de valor y fijación de precios según el segmento de mercado objetivo, a fin de que logren una administración financiera eficiente y eficaz.
- Dotar de herramientas tecnológicas para tener información precisa, pertinente y oportuna de los indicadores más importantes de la organización. Por otro lado manejar herramientas de comunicación modernas y dinámicas más utilizadas en la actualidad.
- Analizar el triple impacto de las organizaciones, teniendo en cuenta el aporte de las mismas en el crecimiento económico, en el desarrollo social y ambiental.

DESTINATARIOS

- Integrantes, en sus distintos niveles, de organizaciones con o sin fines de lucro que pretendan formarse y aportar desde sus puestos de trabajo a la gestión efectiva para la consecución de la misión de la organización.
- Estudiantes de carreras de grado y pregrado afines, que encuentren en esta Diplomatura una alternativa de continuidad de los estudios ya iniciados y que por diversos motivos deseen especializarse en la gestión de organizaciones.

Condiciones de admisión:

- Mayor de 18 años.
- Constancia de estudios secundarios, terciario o universitario completos, que se remita de manera digital.
- Copia de Documento Nacional de Identidad, que se remita de manera digital.

GRILLA CURRICULAR

NRO	MÓDULO	RÉGIMEN	CARGA HORARIA SEMANAL SINCRÓNICA	CARGA HORARIA SEMANAL ASINCRÓNICA	CARGA HORARIA TOTAL	MODALIDAD DE DICTADO
I	INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE INNOVACIÓN	MENSUAL	3	3	6	VIRTUAL
II	ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	MENSUAL	3	3	24	VIRTUAL
III	GESTIÓN DE LAS PERSONAS	MENSUAL	3	3	24	VIRTUAL
IV	ESTRATEGIA DE VALOR	MENSUAL	3	3	24	VIRTUAL
V	ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	MENSUAL	3	3	24	VIRTUAL
VI	SISTEMAS DE INFORMACIÓN	MENSUAL	3	3	24	VIRTUAL
VII	SEMINARIO PRÁCTICO		24 hs. Elaboración del Trabajo Final			VIRTUAL
CARGA HORARIA TOTAL: 150 horas incluyendo horas destinadas a la elaboración del Trabajo Final						
DURACIÓN: 6 meses						

CONTENIDOS MÍNIMOS PREVISTOS POR ESPACIO CURRICULAR

INTRODUCCIÓN A LOS SISTEMAS DE INNOVACIÓN

- Concepto de economía del conocimiento.
- Cambios de Paradigma.
- Revolución Industrial. Industrias 4.0. Innovación.
- Definiciones de Innovación. Tipos de Innovación. Innovación Abierta.
- Trayectoria Tecnológica. Frontera de la Productividad.
- Ecosistemas y redes.
- Casos de innovación.
- La implementación de prácticas empresariales responsables, el respeto por el medio ambiente y la generación de beneficios sociales en las áreas donde operan las organizaciones.

ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

- Misión. Visión. Valores. Objetivos.
- Herramientas de análisis: FODA, Cadena de Valor.
- Ventaja competitiva. Estrategia competitiva. Modelo de negocio.
- Procesos de decisión y comportamiento de compra de personas y organizaciones.
- Segmentación, diferenciación y posicionamiento.
- Diseño, Marketing y Redes Sociales: Fundamentos de Diseño y Creación de Contenido. Estrategia de Marketing en Redes Sociales y Posicionamiento. Estereotipos de género en la publicidad y los medios de comunicación. Perspectiva interseccional, de diversidad e inclusión para enfrentar las desigualdades profundamente arraigadas en el ámbito laboral y la industria.
- La estrategia de triple impacto.

GESTIÓN DE LAS PERSONAS

- Gestión moderna de las organizaciones (Conceptos de gestión innovadora. Nuevas herramientas y metodologías ágiles. Liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, etc.)
- Gestión con las personas y su desarrollo: desarrollo personal y profesional, herramientas que apoyan las capacidades gerenciales y actitudinales, abordaje superador del conflicto, equipos de alto rendimiento: co-working, key-people.
- Igualdad de género, al capacitar a los participantes en el desarrollo de habilidades de gestión que promuevan la inclusión y la igualdad de género en sus propias organizaciones.

ESTRATEGIA DE VALOR

- Conceptos básicos de costos: Proceso productivo. Actividades. Objeto de costo.
- Clasificaciones.
- Análisis de los factores productivos en particular. Procesos de acumulación de costos.
- Formación del costo con distintos modelos de costos.
- Selección de herramientas de costos para la gestión: Punto de equilibrio económico y financiero, físico y monetario.
- Rentabilidad por sector.
- Aplicación a casos concretos

ADMINISTRACION FINANCIERA

- Fuentes de financiamiento: capital de trabajo e inversiones.
- Indicadores financieros clave: Indicadores de solvencia, rentabilidad y liquidez.
- Administración Financiera: objetivos y decisiones básicas.
- Finanzas. Fundamentos y conceptos básicos. Cálculos financieros. Estados contables y financieros básicos. Flujos de fondos, modelos. Herramientas de evaluación de proyectos de inversión. Análisis e interpretación de estados e indicadores financieros, entre otros.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN

- Gestión de proyectos en las organizaciones: Proyectos, objetivos, metas, responsables y comunicación. Modelos de gestión de proyectos colaborativos: Modelo de Pert, GANTT y similares. Comunicación Interna. Sistemas de información para la organización de los Proyectos, calendarización y comunicación de los equipos de trabajo.
- Gestión de la atención al cliente externo. Modelos de gestión de la atención del cliente externo. La gestión de los tickets de servicio. Sistemas de información para la gestión de la atención y control del servicio al cliente externo.

SEMINARIO PRÁCTICO

En el seminario práctico se dictarán aspectos básicos y formales para la elaboración de un Trabajo Final de carácter individual que se irá construyendo a lo largo de la cursada con la realización de los trabajos prácticos en cada uno de los módulos.

COORDINADOR DE LA PROPUESTA

La Coordinación de la Diplomatura estará a cargo del Esp. Cr. Andrés Darío Gamarci.

CUERPO DOCENTE

- Gatti, German
- Ferreyra, Silvina Inés
- Ríos, Evelyn Lucía
- Francisconi, Alina María
- Céparo, Emma
- Abud, Silvia
- Sierra, Daniela
- Schell, Dario
- Cabrera, Esteban
- Gamarci, Andrés Darío

REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA

- Cumplimiento del régimen arancelario.
- Asistencia del 75% al total de las clases sincrónicas.
- Cumplimiento de los trabajos de cada módulo (sin nota).
- Aprobación del trabajo final con nota igual o superior a 60%.

MODALIDAD DE ACREDITACIÓN

- Asistencia del 75% al total de las clases sincrónicas.
- Cumplimiento de los trabajos de cada módulo (sin nota).
- Aprobación del trabajo final con nota igual o superior a 60%.

CARGA HORARIA TOTAL Y DURACIÓN

La diplomatura tiene una carga horaria total de 150 horas (ciento cincuenta) y una duración total de 6 meses. Encuentros virtuales sincrónicos 63 hs. Trabajos Prácticos a distancia 63 hs. y elaboración del Trabajo Final 24 hs.

MODALIDAD DE CURSADO

A distancia, utilizando diferentes herramientas tecnológicas y el campus virtual de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Con posibilidad de encuentros presenciales en aula híbrida.

LINK DE PREINSCRIPCIÓN

BIBLIOGRAFÍA

- Amado Suarez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos (1999). Comunicaciones públicas.
- El modelo de la comunicación integrada. Buenos Aires, Argentina: Temas Grupo Editorial.
- Bourdieu, Pierre; Chamboredon, Jean-Claude y Passeron, Jean-Claude.- l ä . ed.-
- El oficio del sociólogo. Buenos Aires: Siglo XXI Editores Argentina, 2002.
- Capriotti, P. (2007). Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa. Málaga, España: Ariel.
- Cartier, Enrique. Apuntes para una teoría del costo. La Ley, Buenos Aires, 2017.
- Davison Frame, J. (2005). La dirección de proyectos en las organizaciones. Buenos Aires, Argentina: Gránica.
- Etkin, Eugenia (Comp) (2019). Gestión de la Comunicación para Organizaciones: Pistas para el Diseño de nuevas estrategias. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.
- Gilli, Juan J. y Tartabini, Amalia (2013). Dirección Estratégica. Buenos Aires, Argentina: Ediciones del CCC.
- Manucci, M. (2021). Abordar contextos inestables. S/D. Disponible en <https://docer.com.ar/doc/x880cn1>
- Manucci, M. (2021) Liderar en la inestabilidad. El desafío de transformar la gestión de los sistemas humanos. S/D. Disponible en <https://docer.com.ar/doc/x8805cv>
- Massoni, Sandra (2007). "Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido". Argentina, Universidad Nacional de Rosario.
- Massoni, Sandra. (2016). Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires. Quito: Ediciones Ciespal.
- Massoni, S. y Bussi, M. (Comp.) (2020). Comunicación estratégica enactiva: a las orillas de otra ciencia y otra profesión. Rosario: UNR Editora.
- Matus, Carlos (1998). Estrategia y plan (11ª edic.). Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Niremborg, Olga (2013): Formulación y evaluación de intervenciones sociales. Políticas – Programas – Proyectos. Buenos Aires, Argentina: Noveduc.
- Peralta, Jorge. Herramientas para la gestión y costos de los negocios. La Ley, Buenos Aires, 2016.
- Podmoguilnye, Marcelo. Costos para una gestión estratégica y sustentable. La Ley, Buenos Aires 2019.
- Porter, M. "Estrategia competitiva: técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia". CECSA. México. 1984.
- Ritter, Michael (2013). El valor del capital Reputacional. Por qué la opinión que el público tiene de su empresa es un activo estratégico. Buenos Aires, Argentina: R+P.

BIBLIOGRAFÍA

- Richard L. Daft. (2019) "Teoría y Diseño Organizacional". 12ª. Edición. Cengage
- Learnig Editores, S.A.
- Santesmases Mestre, M, Sanchez de Dusso, F y Kosiak de Gesualdo, G. "Marketing. Conceptos y Estrategias". Pirámide. Madrid. 2004.
- Sistemas de información gerencial. LAUDON, KENNETH C. Y LAUDON, JANE P. Decimosegunda edición. PEARSON EDUCACIÓN, México, 2012
- La gestión de los sistemas de información en la empresa. Sixto Domínguez y José Garrido. 3era Edición. Ediciones Pirámide (Grupo Anaya, S. A.), 2013

INFORMES E INSCRIPCIÓN:

Contacto: diplogestion.fceco@uner.edu.ar

► [Inscripciones](#)