

FECPA

Fundación de Enseñanza Superior
de Caja Popular de Ahorros

Programa Ejecutivo en Analítica de datos



Presentación

Bienvenido al mundo del marketing y los negocios digitales en la era moderna. En nuestro brochure, te presentamos una exhaustiva exploración de las estrategias, herramientas y tecnologías clave que definen el éxito en el ámbito digital.

En un entorno empresarial cada vez más digitalizado, es esencial comprender cómo navegar y capitalizar las oportunidades que ofrece este nuevo panorama. Nuestra universidad se enorgullece en ofrecerte una perspectiva integral sobre cómo desarrollar habilidades y conocimientos que te permitirán destacar en este competitivo campo.

Desde la comprensión de los fundamentos del marketing digital hasta la implementación de estrategias empresariales innovadoras, nuestro programa te brindará las habilidades necesarias para sobresalir en el mundo de los negocios digitales.

Con la orientación de nuestros expertos académicos y la aplicación práctica de los últimos avances en tecnología digital, te prepararemos para enfrentar los desafíos del mercado actual y liderar el camino hacia el éxito en el ámbito digital.

Descubre cómo puedes ampliar tus horizontes profesionales y contribuir de manera significativa al crecimiento y la innovación en el campo del marketing y los negocios digitales. Únete a nosotros y sé parte de esta emocionante revolución digital. ¡Tu futuro comienza aquí!

 Comienzo en 2024

 Duración: 3 meses / 12 clases

 Carga horaria semanal: 3 h.
Clase semanal virtual: 1,5 h.



FECPA

Fundación de Enseñanza Superior
de Caja Popular de Ahorros

Objetivo del Programa

- Desarrollar una comprensión integral del entorno digital: Nuestro programa tiene como objetivo proporcionarte una sólida comprensión de los principios fundamentales del marketing y los negocios en el ámbito digital, incluyendo aspectos clave como el análisis de datos, la segmentación de mercado y el comportamiento del consumidor en línea.
- Dominar las estrategias y herramientas digitales: Aprenderás a utilizar las últimas herramientas y técnicas digitales para desarrollar e implementar estrategias efectivas de marketing y negocios.
- Adquirir habilidades prácticas y aplicables: Nuestro enfoque práctico te permitirá adquirir habilidades directamente aplicables en el mundo real. A través de proyectos prácticos, estudios de caso y simulaciones empresariales, estarás preparado para enfrentar los desafíos del mercado digital de manera efectiva.
- Fomentar el pensamiento estratégico y la innovación: Te capacitaremos para pensar de manera estratégica y creativa, buscando constantemente nuevas oportunidades y soluciones innovadoras en el ámbito digital. Aprenderás a adaptarte rápidamente a los cambios en el mercado y a liderar iniciativas que impulsen el crecimiento y la competitividad de las empresas en línea.
- Aprender sobre investigaciones de mercado efectivas: Aprenderás a planificar, diseñar y ejecutar investigaciones de mercado que proporcionen información valiosa sobre las tendencias del mercado, las preferencias del consumidor y la competencia en el entorno digital. Desarrollarás habilidades en la recolección, análisis e interpretación de datos para tomar decisiones estratégicas informadas en tus actividades de marketing y negocio. Este objetivo te permitirá desarrollar una comprensión profunda de tu audiencia objetivo y te proporcionará una ventaja competitiva al diseñar estrategias personalizadas y efectivas para alcanzar tus objetivos comerciales en línea.

Evaluación

La aprobación de los Programas Ejecutivos consistirá en la presentación adecuada de un Trabajo Práctico Integrador (TPI) solicitado por el docente a cargo del curso. El docente a cargo del curso, establecerá la modalidad de evaluación de la misma.

La calificación se expresará en escala numérica de cero (0) a diez (10) sin decimales.

Para la aprobación del Programa Ejecutivo se requerirá la nota mínima de siete (7).

En casos debidamente justificados, el/la director/a del programa podrá establecer, en acuerdo con el/la docente, los requerimientos adicionales de aprobación para aquellos estudiantes que no hayan cumplido con los requisitos de entrega de actividades y/o examen, según el cronograma establecido.



Condiciones de Aprobación

Las condiciones para la obtención del certificado del programa son:

ASISTENCIA: superior al 75% (de las clases sincrónicas)

SEGUIMIENTO Y AVANCE: aprobar múltiple choice de cada clase. Cada semana se deberá responder un mínimo de 7 preguntas, con al menos 5 opciones de respuestas múltiples, que le servirá al docente para conocer tu avance en Programa Ejecutivo.

TIF (TRABAJO INTEGRADOR FINAL): El docente a cargo de cada curso, establecerá la modalidad de evaluación según las diferentes opciones:

EXPOSICIÓN DE PROYECTO (exposición oral virtual sincrónica y/o asincrónica) en la décima semana, cuya corrección y devolución se desarrollará en la semana posterior, dando posibilidad al participante que, en la doceava semana, pueda reescribir o corregir el proyecto; en caso de corresponder.

DESARROLLO DE TRABAJO (caso de negocios o monografía escrita entregada digitalmente) en la décima semana, cuya corrección y devolución se desarrollará en la semana posterior, dando posibilidad al participante que, en la doceava semana, pueda reescribir o corregir el proyecto; en caso de corresponder.

EVALUACIÓN FINAL (Examen escrito sincrónico) en la décima semana, desarrollando preguntas y múltiple choice, cuya corrección y devolución se desarrollará en la semana posterior, dando posibilidad al participante que, en la doceava semana pueda recuperar el examen escrito con la misma modalidad; en caso de corresponder.

El Trabajo Integrador Final – de carácter teórico-práctico – versará sobre algunas de las problemáticas, áreas o temas desarrollados en el programa, como por ejemplo la elaboración de un diagnóstico de un caso real de alguna empresa. Asimismo, el Trabajo Final es de carácter individual, y deberá ofrecer un desarrollo y análisis temático relacionado con el programa ejecutivo, conclusiones y fuentes consultadas.

Duración

El plazo máximo para realizar la cursada de los seminarios es de **3 meses (12 clases)**, a partir de la primera unidad curricular dictada.

El estudiante podrá solicitar una prórroga de dos semanas posterior a la finalización de clases para la entrega del Trabajo Práctico Integrador. En todos los casos la solicitud de prórroga deberá estar debidamente fundamentada y ser aceptada por el director del programa.



FECPA

Fundación de Enseñanza Superior
de Caja Popular de Ahorros

Organización Curricular

clase/semana	Título de la clase	Clases sincrónicas en horas	Actividades asincrónicas en horas	Modalidad
PROGRAMA EJECUTIVO ANALÍTICA DE DATOS				
1	Resumen de Marketing y Fundamentos de Investigación de Mercados	1.5	1.5	Virtual
2	Diseño de Investigación	1.5	1.5	Virtual
3	Métodos Cualitativos de Investigación de Mercados I	1.5	1.5	Virtual
4	Métodos Cualitativos de Investigación de Mercados II	1.5	1.5	Virtual
5	Métodos Cuantitativos de Investigación de Mercados I	1.5	1.5	Virtual
6	Métodos Cuantitativos de Investigación de Mercados II	1.5	1.5	Virtual
7	Análisis de Datos en Investigación de Mercados	1.5	1.5	Virtual
8	Estadística Inferencial en Investigación de Mercados	1.5	1.5	Virtual
9	Estadística Inferencial en Investigación de Mercados	1.5	1.5	Virtual
10	Estadística Inferencial en Investigación de Mercados	1.5	1.5	Virtual
11	Aplicaciones Prácticas y Proyecto Final	1.5	1.5	Virtual
12	Exposición de los proyectos por grupos.	1.5	1.5	Virtual
Horas totales		18	18	

Contenidos

Objetivos de cada clase:

- **Clase 1: Resumen de Marketing y Fundamentos de Investigación de Mercados**
Objetivo: Presentar un resumen de los conceptos clave de marketing y su relación con la investigación de mercados. Se abordarán los principios fundamentales de la investigación de mercados y su importancia en la toma de decisiones empresariales.
- **Clase 2: Diseño de Investigación**
Objetivo: Aprender a diseñar estudios de investigación efectivos, centrándose en la formulación de hipótesis y la selección de métodos apropiados.
- **Clase 3: Métodos Cualitativos de Investigación de Mercados I**
Objetivo: Explorar en detalle los métodos cualitativos, incluyendo entrevistas en profundidad y grupos focales.
- **Clase 4: Métodos Cualitativos de Investigación de Mercados II**
Objetivo: Explorar en detalle los métodos cualitativos, incluyendo técnicas de observación y técnicas proyectivas.
- **Clase 5: Métodos Cuantitativos de Investigación de Mercados I**
Objetivo: Introducir los métodos cuantitativos, como encuestas y experimentos, y su importancia en la recopilación de datos numéricos.
- **Clase 6: Métodos Cuantitativos de Investigación de Mercados II**
Objetivo: Profundizar en los métodos cuantitativos, incluyendo análisis estadístico y técnicas de modelado, para obtener conclusiones significativas.
- **Clase 7: Análisis de Datos en Investigación de Mercados**
Objetivo: Aprender técnicas avanzadas de análisis de datos para interpretar y sacar conclusiones significativas de los datos recopilados en investigaciones de mercado.
- **Clase 8: Estadística Inferencial en Investigación de Mercados**
Objetivo: Introducir los conceptos y métodos de estadística inferencial para la toma de decisiones basadas en datos en investigación de mercados.

- **Clase 9: Estadística Inferencial en Investigación de Mercados**

Objetivo: Introducir los conceptos y métodos de estadística inferencial para la toma de decisiones basadas en datos en investigación de mercados.

- **Clase 10: Estadística Inferencial en Investigación de Mercados**

Objetivo: Introducir los conceptos y métodos de estadística inferencial para la toma de decisiones basadas en datos en investigación de mercados.

- **Clase 11: Aplicaciones Prácticas y Proyecto Final**

Objetivo: Aplicar los conocimientos adquiridos en un proyecto final que involucre la planificación, ejecución y presentación de una investigación de mercado completa, además de reflexionar sobre su importancia y aplicaciones en el mundo empresarial actual.

- **Clase 12: Exposición de los proyectos por grupos.**



Contenidos mínimos del PROGRAMA EJECUTIVO

En este programa, nos sumergiremos en el mundo de la analítica de datos y exploraremos cómo utilizar datos para informar la toma de decisiones empresariales. Con el crecimiento explosivo en la cantidad de datos disponibles, es fundamental que las organizaciones aprovechen este recurso para agregar valor a sus procesos operativos.

A lo largo del programa, aprenderás a comprender el valor del análisis de datos y su impacto en la toma de decisiones estratégicas. Identificarás problemas organizacionales que pueden abordarse mediante el análisis de datos y aprenderás a aplicar metodologías analíticas apropiadas para el tratamiento del big data.

Exploraremos diversas técnicas de análisis de datos, incluyendo la minería de datos, el análisis predictivo y la visualización de datos. Aprenderás a interpretar los resultados de análisis de datos y a utilizar esta información para impulsar el crecimiento y la innovación en tu organización.

Al finalizar el programa, estarás equipado con las habilidades y conocimientos necesarios para convertirte en un profesional de la analítica de datos y contribuir de manera significativa a los objetivos de tu organización. ¡Prepárate para dar el siguiente paso en tu carrera y destacarte en el mundo de la gestión empresarial basada en datos!

Staff

Equipo de docentes



Ing. Rodrigo Vargas

Rodrigo Vargas es Ingeniero Industrial y Magister en Dirección Estratégica y Tecnología, graduado en la Universidad Tecnológica Nacional y en el Instituto Tecnológico de Buenos Aires respectivamente. A lo largo de su carrera ha ocupado diversos roles dentro de Supply Chain en distintas empresas en los rubros de consumo masivo y farmacéutico. En todo este tiempo a desarrollado su pasión por el análisis de datos y el uso de herramientas de Big Data. A partir de 2016, comenzó su propia empresa en la que trabaja con sus clientes en proyectos de Supply Chain, principalmente en Planificación, Compras y Logística. Tomando como herramienta principal el uso de Big Data, análisis de datos y toma de decisiones a partir de tableros de indicadores y torres de control. Desde 2017 se incorporó docente de Logística en la UTN y en 2024 se unió a VirtualEd.

Equipo de Coordinación Académica



Mg. Paula Stornelli

Magíster en Dirección de Empresas. Se graduó de Licenciada en Comercialización. Directora de la Licenciatura en Marketing en la Universidad Católica Argentina (UCA). Profesora Adjunta de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica Argentina (UCA). Tiene una experiencia en la academia de más de 20 años en distintas universidades tanto en Grado como Posgrado. Es docente certificada en educación virtual desde el 2016 en las plataformas Moodle y actualmente Brightspace. Coordinadora y profesora del Posgrado de Marketing presencial y online en Eseade. Y da clases en el MBA. Fue Directora de Prensa y Comunicación Institucional en el Ministerio de Seguridad de la Provincia de Buenos Aires. Trabajó en bancos, en editoriales y empresas de joyas dirigiendo el área de marketing y comunicaciones. Socia plenaria de la Asociación Argentina de Marketing en la cual colabora y trabaja en distintas actividades de la asociación. Jurado de los Premios Mercurio. Fue disertante en el Congreso del Marketing Day en el 2019, en el 2020, 2021 y 2022 y ha escrito y dado charlas relativas a varias temáticas para la Asociación Argentina de Marketing como la educación en valores y la RSE de las empresas y cómo los consumidores se vinculan con las marcas. Ha escrito distintos artículos en medios relacionados a su temática como el consumo del bienestar instantáneo y la segmentación de clientes: las claves del marketing del Pospandemia (TN Noticias sep 2022). Hizo la reseña de la película El Gerente en la Revista Criterio (abril 2023) Participó en la tapa de la Revista Apertura agosto 2022 "Un país sin precios". Fue entrevistada por Dominique Metzger para Telenoche como especialista en indumentarias: "La odisea de comprar ropa de primeras marcas" en marzo 2023.

Tutor Tecnológico



Lic. Anahí Benítez

Es Licenciada en Comunicación Social con mención en Periodismo en la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), Facultad de Ciencias de la Educación, año 2021. Desde 2023 se desempeña como Tecnóloga Educativa y Asistente de Cuentas en el Área Didáctica & Contenidos / Dirección de Operaciones de VirtualEd.

A person's hands are shown typing on a laptop. The laptop screen displays a data dashboard with various charts and graphs, including a gauge showing 70.54, a circular gauge showing 75%, and several bar and line charts. The background is a warm, orange-toned office setting with papers and a smartphone on the desk.

FECPA

**Fundación de Enseñanza Superior
de Caja Popular de Ahorros**