

# Programa de Desarrollo Gerencial

El Programa de Desarrollo Gerencial de la Escuela de Negocios de la Di Tella provee una visión holística de los negocios, recorriendo disciplinas que van desde las finanzas y el *marketing* hasta el liderazgo y la innovación, focalizando simultáneamente en herramientas que optimicen los procesos de gestión.

Situados en la era del conocer y del hacer, el Programa se centra en una gama de metodologías que garantizan la comprensión de conceptos –conocer– y sobre todo en su aplicabilidad en entornos laborales –hacer– a partir de dinámicas de trabajo como estudio de casos, simulación de negocios y ejercicios vivenciales, entre otros.

Este Programa genera un gran aporte tanto a ejecutivos como a empresarios y emprendedores de las más variadas industrias, basándose en nuestros principales diferenciales: un ambiente plural para la discusión, una formación rigurosa y la calidad académica del cuerpo de profesores.



**PROGRAMA  
ABIERTO**

**DURACIÓN  
5 MESES**

**CURSADA  
LUNES Y MIÉRCOLES DE 18 A 21H (ONLINE)  
MARTES Y JUEVES DE 19 A 22H (PRESENCIAL)**

# Programa de Desarrollo Gerencial

## AUDIENCIA



- › Ejecutivos, empresarios y emprendedores que deseen desarrollar y aumentar sus habilidades gerenciales y alcanzar mejores resultados a partir de una visión integral del negocio.
- › Especialistas en sus disciplinas que han tomado o planean tomar nuevas responsabilidades de dirección en sus empresas y requieren ampliar su frontera de conocimiento de negocios, incorporando nuevas herramientas para liderar a sus equipos.

## OBJETIVOS



- › Proveer una visión integral del negocio que permita la generación de estrategias de crecimiento y maximización del valor.
- › Incorporar herramientas claves en las áreas de finanzas, recursos humanos, operaciones, estrategia y comerciales.
- › Contribuir al desarrollo de competencias de gestión y negocios, facilitando el aprendizaje de metodologías, marcos conceptuales, capacidades claves y liderazgo en la organización.

## METODOLOGÍA



- › El Programa tiene un enfoque práctico y participativo incentivando un ámbito de reflexión y de intercambio de ideas entre los profesores y los participantes.
- › Se genera el aprendizaje de los participantes integrando la teoría y la práctica a través de diferentes herramientas didácticas que van desde el método del caso hasta ejercicios vivenciales y aplicaciones directas a las empresas, los cuales permiten recrear contextos reales.



“El Programa de Desarrollo Gerencial me permitió consolidar y ampliar los conocimientos y experiencias adquiridos en toda mi vida como estudiante y profesional. Desde lo académico-teórico, incorporé habilidades de *coaching*, liderazgo, negociación, y creatividad e innovación, entre otras, que dan valor a mi carrera profesional. En el plano práctico, es muy enriquecedora la diversidad de las personas que participan con sus distintas formaciones y problemáticas, haciendo muy productivos los trabajos en grupo. El final de la cursada te encuentra con la firme convicción de que nunca hay que dejar de capacitarse y aprender de las experiencias de los demás. Un plus importante es la red de contactos que te aporta soluciones diversas en la empresa o mercado donde te desenvolves. En mi caso, además, encontré en la comunidad ditelliana mi lugar en el mundo para aprender continuamente”.

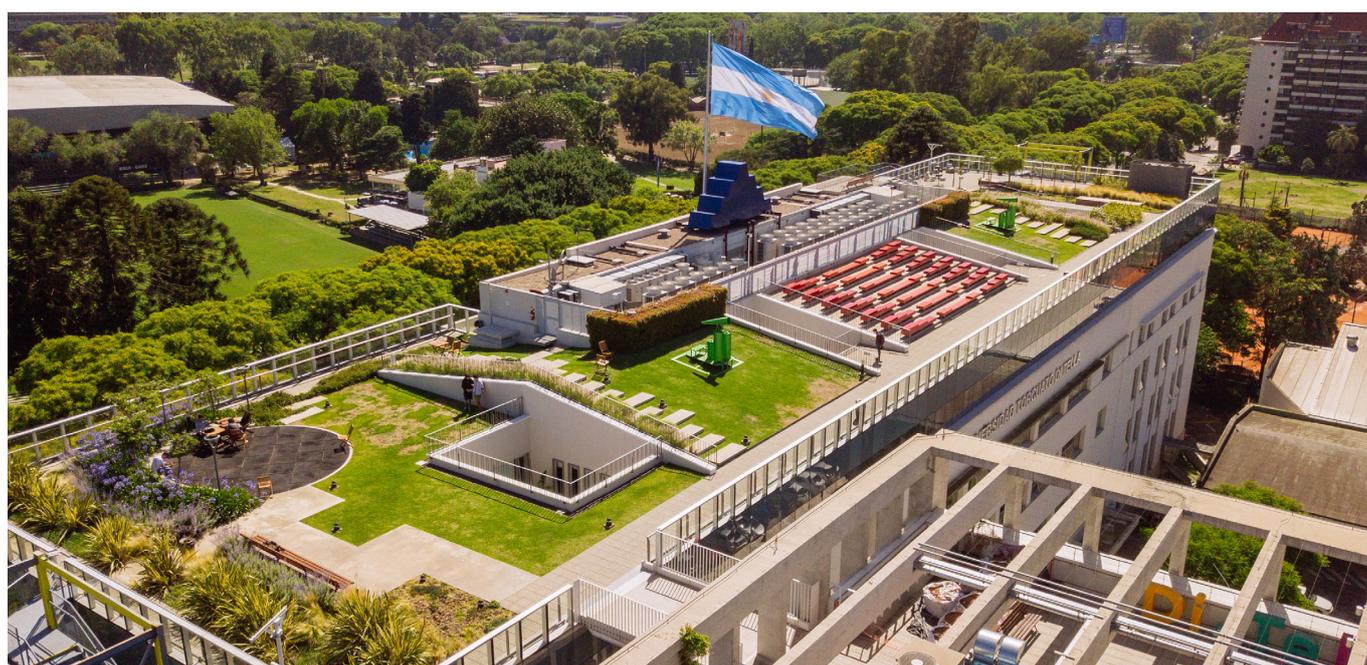
### MARCELO D. VUAGNOUX

Jefe de  
Administración de  
Ventas, Permaquim.

# Estructura del programa

A continuación, se presentan las temáticas “núcleo” que deberán atravesar todos los participantes del Programa; estas han sido definidas teniendo en cuenta el propósito de proveer una visión holística e integral acerca de los aspectos fundamentales involucrados en la toma de decisiones a cargo de líderes de equipos y organizaciones.

EJE	MÓDULO	PROFESOR/A
<b>TEAMBUILDING DE APERTURA</b>		César Bernhardt   Germán Bernhardt
<b>ECONOMÍA, FINANZAS Y ESTRATEGIA</b>	<b>ESTRATEGIA DE NEGOCIOS Y CREACIÓN DE VALOR</b>	Ariel Yukelson y Mariela Bucciarelli
	<b>FINANZAS CORPORATIVAS</b>	Julio Fermo
	<b>MARKETING ESTRATÉGICO Y OMNICANALIDAD</b>	Sebastián Paschmann
	<b>INTELIGENCIA COMERCIAL</b>	Juan Nesis
<b>OPERACIONES Y PROCESOS</b>	<b>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT</b>	Santiago Alem
	<b>PROJECT MANAGEMENT: ESTRUCTURA EFICIENTE DE PROYECTOS</b>	Ximena Gauto Acosta y Adriana Garavaglia
<b>DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO</b>	<b>FEEDBACK Y COACHING</b>	Nora Szarazgat
	<b>LIDERAZGO</b>	Paula Molinari
	<b>INNOVACIÓN ESTRATÉGICA Y DISEÑO DE FUTUROS</b>	Abigail Carmio
	<b>NEGOCIACIÓN</b>	Pablo Benegas



# Valor diferencial

El Programa de Desarrollo Gerencial ofrece, además de su estructura formal de aula, múltiples actividades prácticas y estímulos complementarios que contribuyen al aprendizaje y hacen del Programa una propuesta diferencial, desarrollando las competencias de gestión y facilitando una visión holística del negocio.



## Plan de Mentoreo

Con el objetivo de contribuir a la efectividad del proceso de enseñanza y aprendizaje, y así garantizar la satisfacción de los participantes del programa, se propone un Plan de Mentoreo que será llevado a cabo en dos dimensiones:

- 1) En primer lugar, se conformarán minigrupos de mentoreo referidos a aquellos aspectos profesionales y de management vinculados con los contenidos del programa y su transferencia al campo laboral.
- 2) En segundo lugar, se realizarán sesiones individuales de mentoreo relacionadas con el desarrollo de la carrera de los participantes, incluyendo la asimilación de las herramientas obtenidas a través de las dinámicas del programa.

Estos espacios tienen un carácter predominantemente vinculado a las habilidades sociales, laborales y de liderazgo del participante, desde una perspectiva psicológica y comunicacional.

## Encuentros de Integración

En este caso, el programa incluye la realización de ciertos encuentros con actividades específicas a lo largo de la cursada que permitan la integración de conocimientos, teniendo en cuenta los principales elementos aprendidos en los módulos precedentes, así como el fortalecimiento del networking de los participantes.

## Simulador de Negocios

Se trata de una experiencia altamente desafiante y entretenida en la que los participantes se dividen en cinco equipos y deben conducir una empresa por cuatro años de gestión, en un entorno competitivo con los otros equipos. Deben planificar, tomar decisiones sobre todas las áreas importantes de un negocio, analizar los resultados de cada año y buscar mejorar los resultados en las rondas siguientes. Se utilizará un programa de simulación de última generación.

- › Análisis del entorno. Planificación.
- › Visión integral y estratégica del negocio.
- › Interacción y cooperación entre las áreas de la empresa en el diseño e implementación de la estrategia.
- › Investigación y desarrollo: calidad, inversiones en desarrollo de nuevos productos.
- › Marketing. Proyección de ventas. Lanzamiento de nuevos productos.
- › Políticas de abastecimiento. Producción interna y tercerizada. Logística de distribución.
- › Gestión financiera. Indicadores económico-financieros de la empresa. Políticas de financiamiento de corto y largo plazo; emisión y recompra de acciones.
- › Trabajo en equipo: toma de decisiones bajo presión y en condiciones de incertidumbre.
- › Manejo del cambio/modelos mentales.

# Economía, Finanzas y Estrategia

---

## Estrategia de Negocios y Creación de Valor

---

- › Comprensión de la estrategia de negocio como pieza central del proceso de creación de valor en la organización, a partir de la aplicación de metodologías y herramientas prácticas.
- › Entrenamiento en la visión de oportunidades, desafíos de negocios, y en la toma de decisiones estratégicas.
- › El proceso de planeamiento estratégico.
- › Creación de valor en la corporación.
- › Metodologías prácticas de la planificación estratégica.
- › Análisis de la industria, competencia y clientes.
- › Relación entre la estrategia de negocios y la estrategia de *marketing*.
- › Capacidades de negocio y factores críticos de éxito.
- › Segmentación y estrategia operativa.

## Finanzas Corporativas

---

Preparar a los participantes en el uso de los distintos instrumentos financieros para evaluar decisiones de inversión, valoración y financiamiento en la empresa.

- › Financiación del crecimiento. Instrumentos de financiación. Estructura del capital.
- › Financiación del capital del trabajo.
- › Evaluación de decisiones de inversión. Criterios TIR y VAN.
- › Proyecciones de flujos de efectivo. Método directo y método indirecto.
- › Introducción a la valoración de empresas. Flujos de fondos descontados. Período de proyección. Valor terminal. Valuación por múltiplos. Valor de liquidación.
- › Fusiones y Adquisiciones (M&A). Drivers para la compra y para la venta.
- › Etapas de un proceso competitivo. *Due diligence*. Ajuste de precio pre y post *closing*.
- › Instrumentación. Garantías. Empleo de *earn-outs*.

## Marketing Estratégico y Omnicanalidad

---

- › Desarrollo de conceptos e introducción a herramientas que permitan crear, en un mundo digital, estrategias de *marketing* moderno, que debe apuntar no solamente a pretender una venta de lo “fabricable”, sino a construir una cadena de valor que pueda producir y entregar lo deseable por el mercado.
- › El *marketing* estratégico hoy. Conceptos fundamentales y últimos desarrollos. El consumidor moderno. Necesidades cambiantes. Diferenciación y personalización de la oferta. Personalización y cocreación de valor.
- › Las variables básicas del *marketing*, la mezcla del *marketing* desde el punto de vista del consumidor. Cómo construir una oferta válida, promocionarla y distribuirla, ya sea directa o indirectamente.
- › La problemática digital para la gestión de equipos y organizaciones. Recorrido por las tendencias de los comportamientos de un mercado cada vez más en red y las herramientas para implementar una estrategia de *marketing* digital. La importancia de la escucha de la web a la hora de producir innovación y gestión de la comunicación de las personas y organizaciones.
- › Estrategia digital inteligente: el ecosistema digital, *marketing* de *performance*, *social media marketing* y posicionamiento.
- › Estructura de la propuesta de valor a través del canal digital: gestión de contenidos y gestión de relaciones.

## Inteligencia Comercial

---

- › Big Data Analytics.
- › Intro a Big Data: Analytics, Data Science & IA.
- › Preprocesamiento de datos: del dato crudo a los primeros *insights*, KPI, análisis (GPT + Google Colab).
- › Estadística y visualización de los datos (GPT + Google Colab).
- › IA: Machine Learning y Deep Learning (teoría).
- › Técnicas de ML en la práctica: regresiones, clasificaciones y *clustering* en el universo comercial (GPT + Google Colab).

# Operaciones y Procesos

---

## Supply Chain Management

---

- › Estrategia de Operaciones y Cadena de Suministro.
- › Segmentación de la Cadena de Suministro.
- › Planeamiento de Demanda.
- › Sales & Operations Planning (S&OP).
- › Integrated Business Planning (IBP).
- › Diagnóstico de la Cadena de Suministro.

## Project Management: Estructura Eficiente de Proyectos

---

### Fundamentos de la agilidad y definición de proyectos complejos

#### Objetivo:

- › Comprender los valores y el *mindset* ágil como base para la gestión adaptativa.
- › Explorar la diferencia entre problemas complicados y complejos mediante el marco de Cynefin.
- › Identificar desafíos clave y transformarlos en preguntas que orienten el desarrollo de proyectos innovadores.
- › Introducir herramientas sistémicas y tecnológicas, incluyendo un agente de inteligencia artificial (AI), para asistir en la gestión de proyectos.

#### Contenidos:

- › Introducción a la agilidad:
  - › Valores y principios del manifiesto ágil.
  - › El cambio de la lógica mecánica a la lógica orgánica.
- › Marco de Cynefin:
  - › Identificación de dominios de problemas y selección de abordajes.
  - › Mirada sistémica:
    - › Del desafío a la pregunta: definición de proyectos complejos por equipo.
    - › Identificación del problema clave que se quiere solucionar.
- › Agente AI: Presentación y configuración de una herramienta AI para apoyar el desarrollo del proyecto.

*Entregable: una definición clara del desafío/proyecto a abordar en el curso.*

## **Construcción del equipo y cultura de la experimentación**

### Objetivo:

- › Comprender la importancia de planificar con adaptabilidad y fomentar la seguridad psicológica en los equipos.
- › Desarrollar la capacidad del equipo para experimentar y aprender del fracaso de manera inteligente.
- › Sentar las bases de un proyecto ágil enfocado en la creación de valor para el cliente.

### Contenidos:

- › Planificación para la adaptación:
  - › *Loop* de aprendizaje y el fracaso como oportunidad de crecimiento.
- › Construcción de equipos ágiles:
  - › Dinámicas para construir confianza y poner al equipo en acción.
- › Cultura de la experimentación:
  - › Prácticas de “fracaso inteligente”.
- › Canvas de Propuesta de Valor:
  - › Diseño inicial del proyecto centrado en el cliente.

*Entregable: un Canvas de Propuesta de Valor preliminar para el proyecto identificado.*

## **Marco de trabajo Scrum y entrega de valor continuo**

### Objetivo:

- › Introducir el marco Scrum como herramienta para la gestión iterativa e incremental de proyectos.
- › Diseñar historias de usuario y un *backlog* inicial para organizar el trabajo del equipo.

### Contenidos:

- › Introducción a Scrum:
  - › Principios y estructura de proyecto basada en Sprints.
- › Colaboración, inspección y adaptación.
- › Historias de usuario:
  - › Construcción de requisitos desde la perspectiva del cliente.
- › *Backlog* inicial:
  - › Priorización y planificación de las tareas clave del proyecto.

*Entregable: primer backlog del proyecto con historias de usuario detalladas.*

## **Enfoque predictivo: diseño y ejecución de proyectos**

### *Estructuración y planificación del proyecto*

### Objetivo:

- › Dotar a los participantes de los conocimientos y herramientas para estructurar y planificar proyectos de manera efectiva, asegurando el alineamiento con los objetivos organizacionales y aplicando buenas prácticas en la gestión del alcance, cronograma y recursos en el enfoque predictivo.

### Contenidos:

- › Ciclo de vida del proyecto: conceptos clave de cada etapa y cómo se adapta según el tipo de proyecto y metodología.
- › Definición de objetivos y alcance: cómo definir objetivos claros, estimar esfuerzos y realizar un plan maestro de alto nivel.
- › Desarrollo del plan detallado: desde la identificación de entregables hasta la asignación de recursos.
- › Alcance y triple limitación: entender cómo equilibrar tiempo, presupuesto y calidad en función del alcance.
- › Estructura de Desglose de Trabajo (WBS): Creación de un WBS efectivo y técnicas de gestión de holguras (free slack, total slack) y compresión de cronogramas.

*Entregable: Estructura de Desglose de Trabajo (WBS), con los entregables y tareas claves del proyecto.*

## Ejecución y cierre del proyecto

### Objetivo:

- › Proveer a los participantes de herramientas prácticas para evaluar el progreso, gestionar desviaciones, fortalecer las habilidades del gerente de proyecto y asegurar un cierre exitoso del proyecto.

### Contenidos:

- › Evaluación del progreso: medición y análisis de la alineación con los objetivos y las proyecciones de éxito.
- › Reporte de avance y manejo de desviaciones: técnicas para identificar desviaciones y mantener el control del proyecto.
- › Gestión de riesgos: identificación y análisis de riesgos, con estrategias proactivas de mitigación.
- › Cierre del proyecto: procedimientos clave para garantizar el cierre exitoso y la evaluación del éxito del proyecto.

*Entregable: identificación de riesgos y análisis, con planes de acción a alto nivel para gestionarlos de manera efectiva.*

## Temas especiales

### Objetivo:

- › Proporcionar comprensión sobre los aspectos económicos de los proyectos, el uso de Earned Value Management (EVM) para control, y el rol estratégico de la PMO (Oficina de Gestión de Proyectos).

### Contenidos:

- › Aspectos económicos del proyecto: cómo elaborar un caso de negocios y medir beneficios tangibles e intangibles.
- › Earned Value Management (EVM): conceptos clave como PV, EV y AC para el seguimiento del desempeño.
- › Oficina de Proyectos (PMO): rol de la PMO y buenas prácticas para asegurar la alineación con los objetivos organizacionales.
- › Tendencia del enfoque híbrido en proyectos: beneficios y estrategias de su implementación.

*Entregable: esquematización de un proyecto teniendo en cuenta todo lo aprendido (predictivo y ágil).*

# Desarrollo del Capital Humano

## Feedback y Coaching

Trabajar sobre competencias que permitan mejorar el rol de “desarrollador de equipos”. Incorporar herramientas y tips para potenciar el *feedback* como herramienta central para un líder *coach*. Adquirir o profundizar una metodología de seguimiento de los planes de acción y la gestión del desempeño en su conjunto, de los colaboradores del equipo.

- › *Feedback* y *coaching* como dispositivos desarrolladores. Condiciones. El marco de seguridad psicológica necesario.
- › Líder *feedbacker*. El sistema de gestión del desempeño como marco. *Feedback* continuo -de procesos- + *feedback* evaluación de desempeño -de resultados-.
  - \* Un modelo: Ventana de Johari.
  - \* Una herramienta: SCIF.
  - \* Tácticas desviadoras en *feedback*.
- › Líder *coach*. Acuerdos, seguimiento y consolidación de los cambios: ciclo de coordinación de acciones.
  - \* Un modelo: GROW.
  - \* Principales habilidades: preguntar, escuchar, repreguntar.

## Liderazgo

---

Potenciar las habilidades que impactan en el liderazgo de equipos en el siglo XXI, reconociendo el gran cambio en los contextos de trabajo, en los modelos de negocio y en los atributos requeridos en los líderes. El líder estratégico como aquel que piensa, actúa e influencia a otros de forma tal que genera una ventaja competitiva en la organización.

- › Un modelo de liderazgo estratégico y autodiagnóstico.
- › Las conversaciones creando contextos. Herramientas de *storytelling*.
- › La confianza y su construcción.
- › El liderazgo adaptativo y el técnico.

## Innovación Estratégica y Diseño de Futuros

---

- › Innovación vs. invención: diferencias y similitudes.
- › Grados y tipos de innovación: sus utilidades e implicancias.
- › Proceso de innovación: entender, definir, idear, prototipar y testear.
- › Identificación y análisis de tendencias: en qué corrientes navegamos.
- › Señales de futuro: hechos que pueden modificar los paradigmas actuales.
- › Proyección de escenarios de innovación: cómo procesar la evidencia para identificar nuevas oportunidades de negocio.

## Negociación

---

Abordaje de los desafíos específicos que se presentan en negociaciones cotidianas de niveles gerenciales. A partir de casos y ejercicios, se buscará familiarizar a los participantes en la implementación de herramientas útiles para destrabar y avanzar hacia una solución que cree valor.

- › Criterios para crear y distribuir valor.
- › El impacto de nuestros supuestos al negociar.
- › La importancia de la relación entre las partes.
- › Cómo definir el éxito en una negociación: nueve conceptos críticos.
- › El manejo de tácticas difíciles.
- › Trabajo práctico final.



# Cuerpo docente



**SANTIAGO ALEM**

MBA, UTDT. Licenciado en Administración de Empresas, UBA. Profesor de Dirección de Operaciones y Tecnología en UTDT e ITBA. Cuenta con más de 20 años de experiencia como ejecutivo de Operaciones y SCM en compañías multinacionales como SAP (Digital Supply Chain Sales Manager), Whirlpool Corp. (Supply Chain Manager), Arcor y Brightstar Corp.



**PABLO BENEGAS**

Programa de Negociación y Manejo del Conflicto, ESADE Business School. Magíster en Historia, UNSAM. Licenciado en Filosofía, UCA. Consultor en Ingouville, Nelson & Asociados, donde realiza diferentes programas corporativos de capacitación. Trabajó en el Departamento de Recursos Humanos de la Organización Techint.



**CÉSAR BERNHARDT**

MBA Candidate, Universidad Católica de Córdoba. Especializado en Psicología Aplicada al Deporte de Alto Rendimiento. Entrenador y exjugador de básquet con amplia experiencia en torneos nacionales e internacionales (campeón sudamericano sub-15 en Arequipa 1995). Socio director de Rindo. Speaker y consultor empresarial. Psicólogo deportivo.



**GERMÁN BERNHARDT**

MBA Candidate, Universidad Católica de Córdoba. Diplomatura en Marketing Digital, Universidad Blas Pascal. Socio codirector de Rindo. Speaker y facilitador de capacitación con foco en la fusión de la comunicación institucional y el management.



**MARIELA BUCCIARELLI**

MBA, UTDT y magíster en Negocios Digitales, Aalto University. Posgrado en Innovación en WU Austria. Es manager regional de Strategy & Consulting en Industria Financiera para EE. UU. y Sudamérica Hispana en Accenture. Anteriormente, trabajó para Banco Provincia, donde fue Head de la App Cuenta DNI Comercios y formó parte del equipo creador de Cuenta DNI como Product Manager. Es docente en UADE para las áreas de Marketing y Desarrollo de Negocios, UNSAM y Coderhouse.



**ABIGAIL CARMIO**

Lic. en Administración, UBA. Especialista en el desarrollo e implementación de culturas de innovación en organizaciones. Actualmente se desempeña en MINDS Garage y Join Up como asesora, facilitadora y trainer de innovación y estrategia de recursos humanos.



**MARCOS CRISTAL**

Máster (MSW), Adelphi University. Posgrado en Leadership y Management, MIT. Lic. en Economía, UBA. Socio y director de Business Skills, consultora especializada en el desarrollo de simuladores de negocios para capacitación.



**JULIO FERMO**

Máster en Finanzas, UCEMA. Socio fundador, Columbus Merchant Banking. Director de la Maestría en Finanzas, UTDT. Se ha desempeñado en el negocio de banca de inversión por más de 20 años, abarcando toda la gama de productos (renta fija, productos estructurados, financiamiento multilateral, préstamos sindicados, *private equity*, *venture capital* y reestructuraciones financieras, entre otros).



**ANITA FIGUEIREDO**

EMBA, IAE Business School. Consultora senior en marketing con especialización en estrategia y planificación, canal digital, desarrollo de marcas, lanzamiento de productos y gestión del contenido corporativo. Managing Partner en Proteína Marketing, donde lidera las iniciativas de acompañamiento de empresas en crecimiento que buscan implantar la disciplina y prácticas del marketing en forma profesional en sus organizaciones.



**ADRIANA GARAVAGLIA**

Arquitecta, UBA. Project Management Professional PMP® desde 2015. Fundadora y CEO de 323 ARQ PM Consulting. Especialista en Dirección de Proyectos, Sustentabilidad (EDGE Expert), Mejora Continua (Facilitadora en Mejora Continua SAMECO) e Innovación (ISO 56002). Ha desarrollado proyectos para empresas de distintas industrias buscando potenciar el talento de las personas, formando y suministrando técnicas, herramientas y guías para desarrollar o mejorar sus proyectos, programas y portafolios.



**XIMENA GAUTO ACOSTA**

Diseñadora Gráfica, Universidad de Palermo. Posgrado en Gerenciamiento de PYMES, UADE. Agile Coach. Cynefin Practitioner. Lean Change Management Certified. Cofundadora de Agile Cooking, que desde 2016 acompaña a empresas, equipos y personas en el camino de la agilidad en toda Latinoamérica.



**PAULA MOLINARI**

Fundadora y presidenta, Grupo Whalecom. Directora del Programa Ejecutivo de Recursos Humanos y del programa Profesionalización de Empresas de Dueño, UTDT. Profesora del MBA y del EMBA, UTDT. *Influencer* en temas de liderazgo, el futuro del trabajo y profesionalización de empresas de dueño. Forma parte del board de directores de SistemaB de Argentina. Fue gerente de RRHH en el Grupo Techint y VP de RRHH de Claro.



**JUAN NESIS**

Lic. en Ciencias de la Atmósfera, UBA. Exbecario de investigación del Grupo de Variabilidad Climática y Eventos Extremos, UBA, y divulgador científico. Ha coordinado diversas actividades de divulgación científica y formó parte de la Dirección de Procesamiento y Soporte de Información Meteorológica en el Servicio Meteorológico Nacional. También se desempeñó coordinando y formando parte de proyectos de implementación de Machine Learning y Deep Learning en Practia Global y como docente del Departamento de Ciencias de la Atmósfera y los Océanos (UBA) y del Colegio Pestalozzi.



**SEBASTIÁN PASCHMANN**

MBA, UADE. Licenciado en Publicidad, Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Consultor de *marketing* especialista en empresas en crecimiento y profesor de posgrado en Marketing y Comunicación, con especialización en estrategia de negocios y transformación digital. En 2015 fundó la compañía Proteína Marketing, especializada en acompañamiento estratégico en marketing. En 2017 formó parte del Espacio Pyme Tour American Express.



**NORA SZARAZGAT**

Lic. en Ciencias de la Educación, Universidad Virtual de Quilmes. Trabaja en proyectos de capacitación en formato virtual para el Ministerio de Educación, Cultura, Ciencia y Tecnología de la Nación y para la Fundación Huésped. Coach ejecutiva certificada por AECOP España. Ha realizado cursos de perfeccionamiento en diversas áreas de su especialidad.



**ARIEL YUKELSON**

MBA, University of Warwick. Profesor *full-time* y director de Educación Ejecutiva, UTDT. Ha sido head de la Práctica de Estrategia y Arquitectura de Negocios en Accenture. Su experiencia incluye tanto consultorías como posiciones ejecutivas en la industria y abarca compañías como AT&T, BellSouth, BrightStart, Cablevisión, Carrefour, IBM, Microsoft, Siemens, Telmex y Verizon, etc.

La Universidad Torcuato Di Tella es una institución sin fines de lucro fundada en 1991, heredera del espíritu innovador industrial de la fábrica SIAM Di Tella (1910) y de la visión artística y social de vanguardia del Instituto Torcuato Di Tella (1958). Su misión es la formación de las nuevas generaciones empresariales, políticas, académicas, sociales y artísticas de nuestro país y la producción de conocimiento básico y aplicado, en el marco de la excelencia académica, el pluralismo de ideas y la igualdad de oportunidades.

**RECTOR**

**Juan José Cruces**

Ph.D. in Economics, University of Washington.

**VICERRECTOR**

**Martín Hevia**

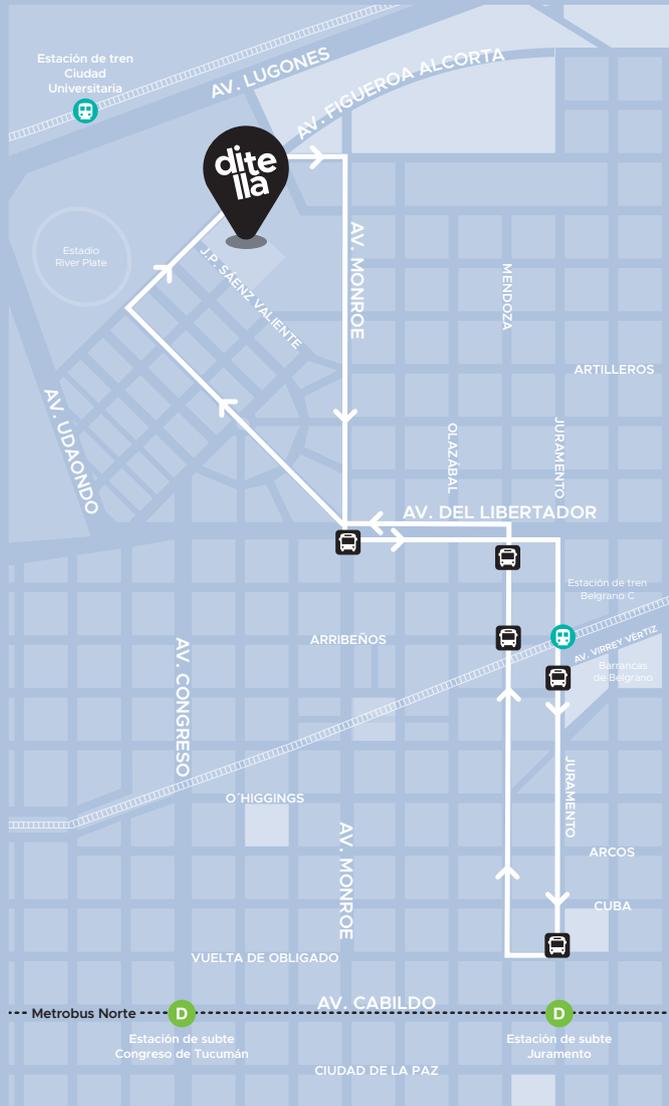
Doctor of Juridical Science, University of Toronto.

**CARRERAS DE GRADO**

- › Abogacía
- › Administración de Empresas
- › Arquitectura
- › Ciencia Política y Gobierno
- › Ciencias del Comportamiento **NUEVA**
- › Ciencias Sociales
- › Diseño
- › Economía
- › Economía Empresarial
- › Estudios Internacionales
- › Historia
- › Tecnología Digital

**POSGRADOS Y CURSOS**

- › Arquitectura
- › Arte
- › Ciencia Política
- › Derecho
- › Economía
- › Economía Urbana
- › Educación
- › Educación Ejecutiva en Negocios, Derecho y Políticas Públicas
- › Estudios Internacionales
- › Finanzas
- › Historia
- › MBA | Executive MBA
- › MicroMasters en Mercado de Capitales y en Data Analytics 1.0
- › MiM+Analytics
- › Periodismo
- › Políticas Públicas



**CAMPUS DI TELLA**

- Todas las actividades de la Universidad se concentran en un solo predio, en el barrio de Belgrano.
- El Campus tiene estacionamiento gratuito para bicicletas. Para autos, tenemos convenios con estacionamientos en las zonas aledañas.
- Sus tres edificios principales (Alcorta, Sáenz Valiente y Tenis) cuentan con cómodas aulas, oficinas para profesores, espacios de socialización, biblioteca, terrazas verdes, locales de comida, un amplio salón de usos múltiples y un lactario, entre otras instalaciones.
- El bus ditelliano es un servicio de transporte gratuito que brinda la Universidad para conectar el Campus con la red de transporte público (subte Línea D, tren Línea Mitre, Metrobus Norte y colectivos). Más información: [utdt.edu/bus](http://utdt.edu/bus)



**INFORMES E INSCRIPCIÓN**

[admisiones\\_negocios@utdt.edu](mailto:admisiones_negocios@utdt.edu)

+54 11) 5169 7342 (+54 11) 3919 0747

**AV. FIGUEROA ALCORTA 7350,**  
CIUDAD DE BUENOS AIRES,  
ARGENTINA