

NEGOCIOS Y ESTRATEGIA DIGITAL

MARCOS M. ORTEU

 morteu@utdt.edu

2do Semestre 2024

▪ **Introducción y Objetivos**

La digitalización y las tecnologías de la información han modificado radicalmente la forma de cooperar y competir en los mercados y las organizaciones. En este curso buscaremos entender de qué manera estas nuevas tecnologías han modificado los modelos de negocio, las ventajas y la estrategia competitivas de las empresas, cómo se han adaptado y transformado los incumbentes y cómo se han apalancado en estas tecnologías los nuevos entrantes.

El curso buscará exponer al alumno a una variedad de industrias, regiones, y tipos y tamaños de organizaciones para entender cómo las tecnologías de la información en particular, y la innovación en general, afecta la forma de hacer negocios y competir.

El curso combina la enseñanza de modelos y herramientas para entender y actuar ante situaciones estratégicas, con casos prácticos de análisis que pongan al alumno ante los desafíos que presentan las nuevas tecnologías.

Cada semana habrá un caso de estudio diferente para analizar y discutir en clase, y la evaluación del curso será sobre la base de casos reales y aplicados que elija el alumno.

▪ **Políticas del Curso**

Al comienzo del semestre se conformarán grupos que compartirán a lo largo de todo el semestre. Estos grupos tienen dos objetivos: (1) serán los compañeros con los que realizarán los dos trabajos prácticos del curso, y (2) es el grupo de alumnos con el que deberán discutir los casos del curso.

La participación en clase es un componente central de este curso a través de comentarios, experiencias propias, dudas y preguntas. La misma será evaluada en función del valor de los aportes al aprendizaje de sus compañeros. Siempre respetar las contribuciones de sus compañeros y levantar la mano para participar.

▪ **Evaluación del curso**

La nota final del curso estará compuesta por:

- 40% primer trabajo práctico: modelo de negocios.

- 40% segundo trabajo práctico: nuevas tecnologías y su impacto competitivo.
- 20% actividades a lo largo del curso.

La participación en clase se reflejará en la nota final de la siguiente forma: entre 10 y 0 para aquellos alumnos que hagan contribuciones valiosas en las clases (priorizando la calidad de estas y no la cantidad), 0 para aquellos que asistan a clase y no participen, y -10 para aquellos que no asistan a clase o sean disruptivos.

▪ **Programa y Cronograma**

El siguiente cronograma de clases es tentativo y puede sufrir modificaciones, tanto de contenidos como de orden de las clases.

Semana	Teórica	Caso
1	Introducción + Digitalización	DBS Bank
2	Innovación + Disrupción	Netflix
3	Business Model Innovation	Dollar Shaving Club
4	Business Model Innovation	Hilti
5	Business Model Innovation	Sony
6	Plataformas	Uber
<i>Parciales</i>		
7	Plataformas	Hubspot
8	Plataformas	Angie's List
9	Ecosistemas	Intel/Amazon 2023
10	E-Commerce	Fresh Direct
11	Fintech	Zopa
12	Blockchain	Alipay Blockchain
13	AI	The Yes
14	AI	Amazon AI Strategy
15	AI	Clase Cierre
<i>Finales</i>		

Los casos y lecturas estarán disponibles en el campus virtual de la materia.

▪ Sobre el Profesor:



Marcos M. Orteu es socio-director de DAN▽MICS, una consultora especializada en sostenibilidad y economía digital. En simultáneo, es Economista Asociado en Winograd: Research and Consulting. Sus áreas de especialidad son estrategia, regulación, defensa a la competencia y mercados digitales, y tiene experiencia trabajando con clientes del sector privado, público, organizaciones de la sociedad civil y organismos multilaterales.

Adicionalmente, es profesor plenario de la Escuela de Negocios de la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT) donde enseña una variedad de cursos sobre estrategia en mercados digitales, organización industrial y microeconomía aplicada, y subdirector de las Licenciaturas de Economía Empresarial y Administración de Empresas. Previamente, fue profesor en el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA), en UCEMAx y la UADE Business School.

Se recibió de licenciado y magíster en economía por la Universidad de San Andrés (Arg.), tiene un LLM en derecho y economía de la Universidad Torcuato Di Tella (Arg.) y un Global Executive MBA en el IESE Business School (España).

Más información: www.marcosorteu.ar