INCAE BUSINESS SCHOOL

Registros Acdémicos

Catálogo de Cursos

Executive Master in Business

Año Graduacion 2018

Del módulo PREP al módulo 12MO

Módulo : PREP

Fecha Inicia : 4/18/2017 **Fecha Finaliza :** 8/20/2017

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
FINC 4003	Budgeting	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0	0	

Descripción:

FINC 4002	Finance Essentials	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0	0	

Descripción:

Módulo : 01MO

Fecha Inicia : 8/21/2017 **Fecha Finaliza :** 9/1/2017

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
MATE 4004	Matemáticas Financieras	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.5	1.5	[Felipe Perez]

Descripción:

Objetivos del Curso:
El objetivo de este curso es proporcionar al estudiante importantes herramientas cuantitativas asociadas con las Matemáticas Financieras. Estos conocimientos y destrezas van a ser necesarios para enfrentar exitosamente las demandas del programa de maestría en Administración de Empresas que apenas están iniciando en INCAE Business School.
El curso se va a enfocar en temas selectos considerados importantes para los cursos futuros de finanzas y otras materias del programa.

CONT 4000	Introducción a la Contabilidad	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.5	1.5	[Arnoldo Rodríguez]

Descripción:

Este curso se enfoca en los conceptos, técnicas, reglas y procedimientos contables básicos que pueden utilizar los gerentes para reportar los resultados de las operaciones de la empresa a distintas personas o instituciones asociadas con la misma. La contabilidad es lenguaje de los negocios. Consecuentemente, el dominio del contenido de este curso es clave para entender una gran gama de temas de otros cursos del programa de maestría y una gran cantidad de situaciones del mundo real de los negocios. Esto hace que este curso sea considerado como uno de los cursos fundamentales del programa de maestría.

COMU 4000	Comunicación	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.5	1.5	[María Elena Carballo]

Descripción:

Para comunicarnos bien tenemos que prepararnos, practicar y conocernos a nosotros mismos (fortalezas, debilidades, manejo de razones, emociones, estilos); es esencial conocer a los demás, porque

Módulo : 01MO **Fecha Inicia :** 8/21/2017 **Fecha Finaliza :** 9/1/2017

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

sobre ellos queremos ejercer influencia. Nos apoyamos en nuestra escritura y habla para alcanzar objetivos personales y organizacionales cuyo alcance necesitamos la participación de los demás. Por esta razón, juzgamos la comunicación en función de resultados e influencia sobre la acción de los demás.

Objetivos de Aprendizaje:
Objetivo general:
Estas sesiones intentan mejorar habilidades para la comunicación eficaz, es decir, para ejercer influencia y conseguir resultados con la colaboración de otros.

Objetivos específicos:
1. Mejorar las habilidades de escritura y de comunicación oral que se requieren en un contexto gerencial.
2. Desarrollar las habilidades de análisis de situaciones en las cuales la comunicación juega un papel importante, con el fin de facilitar la toma de decisiones en la interacción con los demás.
3. Desarrollar destrezas de argumentación para recomendaciones y propuestas.

LDER 4002	Competencias Gerenciales	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.5	1.5	[Camelia Ilie]

Descripción:

Uno de los principales objetivos del "EMBA 2018 - I" es ayudarle a ser un líder más efectivo con las capacidades requeridas para acompañar a sus equipos y organizaciones en el alcance de su misión, estrategia y objetivos.

El primer paso en el proceso de desarrollo de un líder, es realizar un diagnóstico de sus capacidades actuales y definir, a partir del mismo, un plan de desarrollo individual. Para acompañarlo en este proceso, ponemos a su disposición el proceso de “Evaluación 360° de Competencias de Liderazgo”. Se trata de un cuestionario online rellenado por usted mismo, por su círculo profesional (jefes, subalternos, pares) y su círculo personal (familiares y amigos). Los resultados de la evaluación serán totalmente confidenciales y anónimos. Para tener un mayor índice de respuesta, le recomendamos enviar un pequeño mensaje personalizado solicitando a las personas a apoyarles en este proceso de desarrollo muy importante para ustedes. Seguidamente en este mensaje encontrarán las instrucciones iniciales para iniciar el proceso. Espero que puedan disfrutar y aprovechar al máximo el ejercicio. Les reitero nuestro compromiso con la confidencialidad y el resguardo de sus opiniones.

GPUB 6001	Análisis Político	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Arturo Cruz]

Descripción:

David Easton, entre los grandes de las ciencias políticas contemporánea, aseguraba que los hechos deben ser ordenados con el fin de establecer la conexión entre ellos, facts must be ordered in some w ay so that w e see their connection. De otra manera, es igual a las piezas de un rompecabezas, las que por separado son inútiles, a menos que lo logremos armar.
Los marcos conceptuales precisamente sirven para lo estipulado por D. Easton, es decir, para armar las piezas del rompecabezas, de tal manera que los estudiantes puedan ordenar los hechos (connect the dots), y sobre las bases de preguntas derivadas de los propios marcos conceptuales, suponiendo información confiable, determinar la capacidad de un sistema político de tomar decisiones difíciles y perdurar a pesar de ellas. Por lo general, las decisiones difíciles están asociadas a la cuestión fiscal. En este curso pretendo desarrollar un marco conceptual que se desprende de los trabajos de cuatro

Módulo : 01MO **Fecha Inicia :** 8/21/2017 **Fecha Finaliza :** 9/1/2017

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

politólogos: D. Easton, S. Huntington, F. Fukuyama y T. Carothers. Subyacente a los trabajos de estos cuatro, se destaca la obra de M. Weber. La relación entre lo político y lo económico, se tornará evidente a medida que avancemos en el curso, Estudiando a lo largo del camino, la variedad de sistemas políticos, desde autocracias clásicas, pasando por el autoritarismo burocrático, hasta llegar a las democracias representativas, muchas de las cuales han degenerado en una suerte de "pluralismo débil", sin ninguna capacidad para tomar decisiones difíciles que afecten los intereses de los mejores organizados. En este curso examinaremos los casos de Centroamérica, incluyendo Panamá, Chile, Ecuador, Bolivia, Venezuela, China y Estados Unidos, entre otros, todos ellos con el fin de verificar la olidez/universalidad del marco conceptual que estaremos elaborando.
A lo largo del curso, estará siempre presente la tensión entre lo deseable y lo posible en política, si se quiere, la tensión eterna entre los idealistas (lo que debe ser) y los realistas (lo que es). Desde un inicio confieso que me ubico entre los de la segunda escuela, lo que no significa que renuncio por completo a lo que deber ser. Como pueden observar en el temario, hay sesiones sin lectura, lo cual es una forma de compensar por lo extenso de alguna de las lecturas asignadas en otras sesiones. También observarán que hay una sesión que he denominado como un esfuerzo de síntesis. Por lo general el tiempo no alcanza, por lo cual, esta sesión la utilizaré para terminar de cubrir el material de las otras sesiones.

ECNM 6008	Análisis Económico	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Francisco De Paula Gutierrez]

Descripción:

El curso de Análisis del Entorno Económico en el EMBA-Global tiene como objetivo brindar herramientas para comprender las características básicas del funcionamiento de economías abiertas y evaluar las implicaciones de política económica sobre las principales variables macroeconómicas (y, a través de ellas, sobre las empresas). El curso no aspira a capacitar al estudiante en el diseño de la política económica sino en su lectura, de forma que pueda anticipar y comprender las acciones gubernamentales que afectan al entorno y a la empresa.

Objetivos Específicos

Los objetivos específicos del curso son:
i. Comprender la forma como los diferentes instrumentos de política económica inciden en el comportamiento de una economía, principalmente en el nivel de producción, las relaciones externas y los macro-precios
ii. Entender el significado de los indicadores económicos y su uso para el diagnóstico y pronóstico de una economía.
iii. Comprender la naturaleza de los procesos de estabilización económica y su efecto sobre los sectores productivos
iv. Identificar determinantes del crecimiento económico y naturaleza de las estrategias de desarrollo
v. Reflexionar sobre temas de actualidad, con especial énfasis en las perspectivas de corto plazo de la región.

Módulo : 02MO **Fecha Inicia :** 10/2/2017 **Fecha Finaliza :** 11/4/2017

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ESTR 6007	Estrategia	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	3	[Esteban R. Brenes]

Descripción:

El curso trata sobre el trabajo de la alta gerencia de las organizaciones. Como tal, la perspectiva adoptada es la del gerente general de la corporación, negocio o división quien debe estar preocupado del éxito general de la empresa. Nos enfocaremos en las perspectivas y habilidades requeridas por el gerente general para diagnosticar y encontrar soluciones realistas a problemas críticos en situaciones de negocios complejas. Nuestro interés se centrará en la efectividad de la organización más bien que en la eficiencia o como ha dicho Peter Drucker, "hacer las cosas correctas" en vez de "hacer las cosas bien". Debido a que el trabajo del gerente general se relaciona con todas las áreas funcionales, el curso provee una perspectiva de "negocio total". La visión general del curso ayudará al estudiante a integrar los cursos introductorios y los de áreas
funcionales que tomará en el futuro. Este curso desarrolla los conceptos Estrategia por Unidad de Negocio y Estrategia Corporativa que trata sobre decisiones estratégicas en diversos tipos de empresas que incluyen empresas concentradas en un solo negocio, negocios múltiples y/o mercados múltiples. El curso es también útil para los especialistas de las áreas funcionales. Dado el continuo incremento en la complejidad y especialización de las organizaciones, es importante que los especialistas adquieran una capacidad no técnica: la habilidad de percibir la organización como un todo, que tengan un sentido de su misión, su carácter y su dirección. Si los especialistas no conocen el propósito que sirven, difícilmente podrán servirle.

BFIN 6062	Estrategia Financiera	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	3	[Mauricio Jenkins]

Descripción:

Objetivos del Curso
Este curso tiene como objetivo general fortalecer el análisis crítico para administrar una empresa utilizando diferentes conceptos, técnicas y estrategias financieras.

Descripción de contenido
Los temas que se cubrirán en este curso son los siguientes:
• Análisis y Pronóstico Financiero
• Administración del Capital de Trabajo
• Evaluación de Inversiones
• Mercados Financieros
• Costo de Capital, EVA y Riesgo País
• Introducción a Valoración de Empresas

Otros temas como fusiones y adquisiciones, política de dividendos, estructura de capital, hedging, opciones financieras y reales serán cubiertos en el curso de Finanzas Corporativas.

Módulo : 03MO **Fecha Inicia :** 11/27/2017 **Fecha Finaliza :** 1/20/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
OPER 6003	Gerencia de Operaciones	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	3	[Roy Gerardo Zuñiga]

Descripción:

GERENCIA DE OPERACIONES
Cada vez más se reconoce la importancia que tienen las operaciones para la competitividad de las empresas. De hecho, el área de operaciones puede ser un arma de doble filo, encontrándose casos donde ha catapultado a las organizaciones y otros donde el manejo incorrecto de las operaciones más bien las ha hundido. Por ésta y otras razones que veremos en el curso, resulta indispensable que un estudiante del EMBA conozca y estudie tanto algunas de las herramientas tradicionales como modernas disponibles para gestionar las operaciones y sus interrelaciones con otras áreas de la organización.

A. Objetivo general

Capacitar a los futuros graduados de la Maestría del INCAE para que puedan tomar decisiones gerenciales en entornos operativos, tanto de servicios como de manufactura, apoyándose en la gestión de la entrada de las entidades y de los insumos, y los procesos utilizados para la conversión de éstos en los bienes y servicios ofrecidos a los clientes (parte 1) y en la filosofía de flujos en los procesos de negocio (parte 2).

Nota: la perspectiva del curso es la de Gerencia de Operaciones, que como veremos es lo pertinente en un programa de EMBA, siendo muy diferente a las perspectivas tradicionales de Ingeniería Industrial, Ingeniería de Producción o Investigación de Operaciones. Los estudiantes con alguna experiencia en temas técnicos relacionados al curso aprenderán otras vertientes para complementar sus análisis, y las personas sin experiencia al respecto conocerán el lenguaje y técnicas requeridas para interactuar con personas más técnicas, o para empezar también a desarrollarse en el mundo de las Operaciones y los procesos de negocio.

B. Objetivos específicos

Comprender la lógica de funcionamiento de los diferentes entornos operacionales, tanto en servicios como en manufactura.
Utilizar herramientas analíticas y el método científico para comprender el funcionamiento de las operaciones.
El estudiante aprenderá a definir la capacidad de los entornos operacionales, ya que la gestión de la capacidad es una tarea clave dentro de los deberes del gerente de operaciones.
Analizar los fundamentos y ámbitos de aplicación de las filosofías six sigma y lean.
Modelar las relaciones que existen entre diversas métricas de desempeño de una operación y ligarlas con las métricas financieras/estratégicas y de otras áreas.
C. Descripción del contenido

El curso consta de dos temas principales: Entornos Operativos y Dinámica Operacional.

En el primer tema se analizarán diversos entornos operativos, así como las prácticas gerenciales recomendadas para gestionar cada uno de ellos.

En cuanto al tema de Dinámica Operacional, se cubrirán los fundamentos que sustentan el concepto de flujo en los procesos de los entornos de servicios y de producción.

Módulo : 03MO

Fecha Inicia : 11/27/2017 **Fecha Finaliza :** 1/20/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
MERC 6040	Estrategia de Marketing	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	3	[José Alberto Exprúa]

Descripción:

Los objetivos de este curso son: el desarrollo de habilidades en los participantes, de tal manera que puedan entender:
El marco conceptual del marketing moderno: concepto y área de acción.
Los elementos constitutivos del plan de marketing: Análisis del entorno competitivo
Propuesta de valor (Segmentación, Posicionamiento, Diferenciación).
Diseñar la estrategia y la implementación de las políticas de canales, precios, comunicación y creación de valor de Marca para ganar el valor esperado para la empresa
Análisis crítico del plan estratégico de marketing
Identificar los problemas de formulación e implementación de estrategias de mercadeo.
Manejar los criterios claves en la asignación de recursos y evaluación del desempeño en las áreas funcionales de promoción y ventas.
Entender las implicaciones de la Internet de las cosas en la estrategia e incorporar los procesos co-creación (Crow dsourcing) y social media dentro de la mezcla de mercadeo.
Por último, deberán de poder identificar y responder efectivamente a los retos que se presentan al tratar de infundir una visión integral a la gerencia de mercadeo.

Módulo : 04MO

Fecha Inicia : 2/12/2018 **Fecha Finaliza :** 2/17/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
NEG 6018	Negociación	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Rocio Pastor]

Descripción:

Un entorno de negocios cada vez más multicultural, multigeneracional, multidisciplinario, multiconectado y multilocalizado requiere de conocimientos, habilidades y herramientas de negociación que faciliten la obtención de acuerdos, en una variedad de situaciones y con una diversidad de interlocutores, a lo interno y externo de las organizaciones. Si bien los negociadores más exitosos suelen ser personas que adoptan un enfoque colaborativo centrado en satisfacer las necesidades de ambas partes, no existe un único estilo que asegure el éxito con todo tipo de públicos, en todo tipo de situaciones. La clave está en calibrar y adaptar el estilo de negociación según la contraparte y las circunstancias.

Un negociador eficaz tiene claros sus intereses y se esfuerza en entender las motivaciones de la otra parte. Un negociador eficaz es consciente de su propio estilo de negociación y de sus referencias y sabe reconocer los estilos y las preferencias de los otros. Un negociador eficaz resta tanta atención a la forma como él se comunica como a las maneras en que sus interlocutores lo hacen. El desafío de la negociación empieza por el autoconocimiento. Cuanto más capaces seamos de entendernos a nosotros mismos, más capaces seremos de entendernos con los demás. El objetivo: construir confianza y generar sintonía con las contrapartes para llegar a más y mejores acuerdos.

II. Objetivo General
⊙ Adquirir un mayor y mejor dominio de habilidades, técnicas y herramientas de negociación que incrementen la efectividad en el manejo de conflictos y en la generación de acuerdos, en distintas situaciones, con diferentes interlocutores internos y externos (proveedores, clientes, colegas, proveedores, etc.)
III. Objetivos Específicos

Módulo : 04MO

Fecha Inicia : 2/12/2018 **Fecha Finaliza :** 2/17/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

⊙ Familiarizarse con conceptos, principios y modelos claves de negociación, aplicables a una diversidad de situaciones e interlocutores.
⊙ Identificar conductas y predisposiciones personales en situaciones de conflicto y calibrar el estilo preferente de negociación.
⊙ Obtener una mayor comprensión sobre el impacto que tiene en las negociaciones las distintas formas en que recibimos, filtramos, procesamos información y tomamos decisiones.
⊙ Aplicar técnicas y herramientas que faciliten la interacción, la comunicación y la obtención de acuerdos con contrapartes internas y externas.

Módulo : 05MO

Fecha Inicia : 2/12/2018 **Fecha Finaliza :** 3/24/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
BFIN 6068	Finanzas Corporativas	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	3	[Mauricio Jenkins]

Descripción:

Objetivos curso
El objetivo central del curso es familiarizar a los participantes con los conceptos, técnicas y estrategias financieras necesarias para competir en un mundo globalizado. Específicamente al concluir este curso se espera que el participante pueda:

- Comprender los marcos conceptuales más importantes en Finanzas Corporativas
- Dominar conceptos claves en temas como valoración de empresas, estructura de capital y políticas de dividendos entre otros temas medulares.
- Conocer la evidencia, contradictoria en apariencia, que apoya la eficiencia de los mercados financieros y la evidencia de Irracionalidad explicada en el nuevo campo de Finanzas Conductuales.

MERC 6054	Marketing Digital y Data Science	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Juan Carlos Barahona]

Descripción:

La apertura de los mercados nacionales y regionales de América Latina ha generado mayor competencia, lo que ha permitido a las empresas internacionales desarrollar planes regionales y mundiales e introducir nuevas estrategias competitivas de mercadeo basadas en el valor de la marca.

La marca es la única ventaja competitiva de largo plazo que una empresa puede poseer. En ella se resumen todas las experiencias de nuestros clientes. Para mantener o aumentar el valor de la marca, se

Módulo : 05MO

Fecha Inicia : 2/12/2018 **Fecha Finaliza :** 3/24/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

requiere una visión integral de parte de la empresa y un manejo correcto de parte de la gerencia de mercadeo. Se requiere entender cómo los consumidores forman el concepto de valor, ya que cada día se vuelven más exigentes, tanto en la calidad como en la garantía de los productos o servicios que adquieren. Por eso es importante monitorear y gerenciar el valor de la marca de una manera sistemática, para mantenerlo y aumentarlo fortaleciendo por ende a la empresa.

En resumen, para competir eficientemente se deben entender las estrategias de apalancamiento y manejo de cartera de marcas que están usando las empresas exitosas: cómo se crea y se mide el valor de la marca y cuáles son los factores clave que se deben controlar.

Objetivos:
- Desarrollar y evaluar políticas competitivas, incluyendo el uso de marcas cobertura o sombrilla, marcas individuales y carteras de marcas.
- Decidir sobre los méritos de las dos estrategias básicas de apalancamiento y cobertura de marcas.
- Reconocer la marca como única ventaja competitiva sostenible de largo plazo.

Actualmente, la cantidad de datos que las empresas modernas generan sobre sus clientes es enorme. Los avances tecnológicos en computación apuntan a que esta tendencia se profundice aún más en el futuro. En entornos cada vez más competitivos, las empresas más exitosas serán aquellas que puedan transformar esta abundancia de datos en información que les permita hacer mejores predicciones, tomar mejores decisiones, o implementar mejores estrategias de ventas y mercadeo. Esto hace necesario que los ejecutivos de las empresas conozcan las oportunidades que brindan las técnicas para extraer información útil de grandes cantidades de datos – el data mining.

Módulo : 06MO

Fecha Inicia : 4/16/2018 **Fecha Finaliza :** 4/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
OPER 6045	Supply Chain Management	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Luis Eduardo López]

Descripción:

La gerencia de la cadena de suministros, SCM (por sus siglas en inglés), es responsable por la planificación, diseño y operación de los procesos, activos y flujos de materiales, información y fondos requeridos para satisfacer las demandas de los consumidores. Es muy difícil visualizar cualquier servicio o producto que pueda llegar hasta un cliente sin el apoyo logístico; sin embargo, no ha sido sino hasta en la última década que las empresas han comenzado a concentrarse en la gerencia de la cadena de suministros y en la logística como una fuente de ventaja competitiva. Existe ya un convencimiento de que ninguna empresa puede tener mejor desempeño que su cadena de suministros.

El curso de Supply Chain Management se encuentra orientado al estudio de la consistencia entre la gerencia de la cadena de suministros y la estrategia competitiva de la empresa. La gerencia de la cadena de suministros exitosa requiere de una integración inter-funcional de los procesos clave de negocios dentro de la empresa y a través de la red de empresas que conforman la cadena de suministros. El principal reto consiste en lograr esta integración exitosamente.

Se explorarán importantes métricas, “tradeoffs” en las decisiones, marcos de referencia fundamentales y herramientas útiles para manejar la cadena de suministros de forma efectiva. El formato de la

Módulo : 06MO **Fecha Inicia :** 4/16/2018 **Fecha Finaliza :** 4/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

clase incluye discusiones de casos, ejercicios, mini-conferencias y simulaciones. El contenido se encuentra fuertemente orientado a la perspectiva gerencial de la cadena de suministros, aunque también describiremos y discutiremos algunos enfoques cuantitativos en algunas sesiones del curso, como complemento al curso de Simulación.

Objetivos de Aprendizaje:
El presente curso ayudará a los participantes del EMBA a comprender el vínculo entre la estrategia de la cadena de suministros y la estrategia de negocios de una empresa, utilizar más efectivamente los recursos de la empresa y a coordinar el movimiento de bienes y servicios a través de las cadenas de suministros para crear una ventaja competitiva en el Mercado global.

Más específicamente, el curso promoverá los siguientes objetivos de aprendizaje:
1. Desarrollar una comprensión de las inter-relaciones entre la estrategia competitiva de la empresa y su estrategia de cadena de suministros.
2. Identificar los impulsores clave del desempeño de la cadena de suministros.
3. Fortalecer las destrezas analíticas necesarias para desarrollar soluciones para una variedad de problemas de la gerencia de la cadena de suministros y de diseño y desarrollar una comprensión del rol de los flujos de información en cadenas de suministros efectivas.
4. Comprender los retos que se encuentran en coordinaciones inter-empresas e intra-empresas al implementar programas tales como esfuerzos colaborativos, respuesta rápida, inventarios manejados conjuntamente y alianzas estratégicas.

OPER 6049	Simulación Empresarial	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Luis Eduardo López]

Descripción:

Este curso se relaciona con el uso de la simulación en los procesos de toma de decisiones. El curso usará simulaciones computarizadas desde dos perspectivas. La primera perspectiva es el uso de las simulaciones como laboratorios para el aprendizaje. El segundo enfoque es el desarrollo de habilidades básicas para conceptualizar y construir simuladores básicos que sirvan de apoyo en los procesos de toma de decisiones.

En lo referente a la primera perspectiva, el curso incorpora varias simulaciones de aprendizaje. Al usar estas simulaciones en laboratorios de aprendizaje el estudiante adquirirá una comprensión profunda, asentada en la práctica y la acción, de importantes temas relacionados con la gestión de operaciones y la administración de la cadena de suministros. Los estudiantes deberán trabajar en entornos de simulación muy realistas y competitivos en los que podrán ensayar sus estrategias y percibir los resultados de sus decisiones.

En lo referente a la segunda perspectiva, el curso incluye un módulo en el que se discutirán los elementos fundamentales relacionados con la conceptualización, articulación y construcción de modelos de simulación que se puedan usar como apoyo para la toma de decisiones. En este proceso el estudiante adquirirá habilidades para mapear operacionalmente situaciones y sistemas de interés y podrá usar esos mapas para explorar y simular, con ayuda de la computadora si fuera necesario, distintas intervenciones y los consecuentes escenarios de comportamiento del sistema que se asocian con esas intervenciones.

El curso de simulaciones complementa y enriquece el curso de Supply Chain Management. Ambos cursos han sido diseñados de manera coordinada con el fin de maximizar el aprendizaje durante la semana. Por ello, aunque las nociones relacionadas con el curso propiamente de simulaciones son de aplicación práctica en una vasta gama de dominios y áreas de conocimiento, en esta semana

Módulo : 06MO

Fecha Inicia : 4/16/2018 **Fecha Finaliza :** 4/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

estaremos estudiando aplicaciones que mayormente se relacionan con la estrategia de operaciones y con elementos relacionados con la administración de cadenas de suministros.

Objetivo general
Utilizar la simulación como instrumento de apoyo en la toma de decisiones.

Objetivos específicos Al final del curso el estudiante:
1- Podrá construir mapas operacionales de sistemas.
2- Estará en capacidad de articular la estructura de modelos de simulación elementales.
3- Podrá programar pequeños modelos de simulación en la computadora.
4- Podrá usar la simulación y los modelos de simulación para comprender la dinámica de los sistemas, crear escenarios y ayudarse en la toma de decisiones.
5- Entenderá las implicaciones operacionales y financieras asociadas con las decisiones de gestión de capacidad de largo plazo en entornos con demanda variable
6- Entenderá la estructura básica de una cadena de suministros y las razones por las que una cadena de suministros muestra diversos comportamientos dinámicos.
7- Entenderá las implicaciones relacionadas con la estrategia de operaciones y el manejo de los inventarios en el contexto de la estrategia de la empresa.

Módulo : 07MO

Fecha Inicia : 5/14/2018 **Fecha Finaliza :** 5/19/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
ADMI 6174	Design Thinking and Change Management	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Guillermo Cardoza]

Descripción:

Objetivos de aprendizaje
- Aprender a usar Design Thinking en el Diseño de Experiencias
- Diseñar experiencias transformadoras e inolvidables para los clientes
- Crear un lenguaje común que facilite la comunicación y la implementación de soluciones centradas en el cliente
- Desarrollar modelos de negocios para llevar exitosamente las soluciones al mercado

Módulo : 07MO

Fecha Inicia : 5/14/2018 **Fecha Finaliza :** 5/19/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
LDER 6035	Liderazgo y Desarrollo de Competencias	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Patricia Cauqui]

Descripción:

Las empresas del siglo XXI necesitan aprender a gestionar un entorno caracterizado por el cambio permanente y que pivota entre dos polos: por un lado la presión de competir en un mercado global especulativo y cortoplacista; por otro, la demanda creciente de una sociedad que les pide mayor implicación como actores de transformación hacia un mundo mas sostenible y un modelo de vida mas humano. Desde el punto de vista individual, muchos profesionales del SXXI experimentan algo similar: sus vidas discurren entre la presión de lograr lo que han aprendido que es éxito social y económico y la inquietud interna de lograr una vida mas alineada con los propios principios y
valores.

El objetivo de este curso (ligado a las sesiones individuales de coaching) es realizar una reflexión amplia y profunda sobre los retos de liderazgo que plantea el SXXI y, al mismo tiempo, ayudar a cada participante a mirar dentro de sí mismo (aspiraciones, metas, valores, habilidades y competencias). Ello facilitará el mejor ajuste entre la demanda de liderazgo que viene dada del exterior y las motivaciones/capacidades individuales.
También trabajaremos, como cierre de programa, algunos aspectos relacionados con la Comunicación de Alto Impacto por ser esta competencia básica en la agenda del líder actual.

Módulo : 08MO

Fecha Inicia : 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 6/15/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
STGY 6033	Driving Strategic Innovation in your fir	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.5	1.5	[Jay Rao] [Leslie Charm] [Edward Marram]

Descripción:

Innovation: Entrepreneurial Thought & Action®
The ET&A session w ill explore entrepreneurial thinking and how it impacts our behaviors that lead to entrepreneurial action. We w ill emphasize entrepreneurship as a w ay of thinking and acting that goes beyond the traditional discipline boundaries as w e know them today. We w ill examine how entrepreneurs act under increasing levels of uncertainty. There are often tw o choices w hen preparing to navigate an uncertain future. You can predict w hat w ill happen in the future or you can create the future. We'll talk about the need to be able to do both.

Of the top 500 Fortune firms in the U.S. in 1980, only 202 had survived by the year 2000. Most had gotten acquired, merged or broken to pieces. In the 1960s, an average U.S. Fortune 500 “Goliath” lived for an average of 60 years. Today that number is 15. Globally, it is no different. The largest 1000 global firms are dying faster than ever before. In most situations, the Goliaths have been disrupted or degraded by fast, flexible and entrepreneurial “Davids” like Amazon, Google, Facebook, Netflix, Alibaba, Xiaomi, Haier, Micromax, Airbnb, Uber, Workday and others. In this session w e w ill see how the Davids are able to beat the Goliaths.

Entrepreneurial Finance
Understanding how the financial challenges associated w ith grow ing ventures impact value has the potential to add tremendously to ideas, innovation, and confidence in decision-making. We w ill explore and assess various financial techniques for companies, examining the implications of strategy, marketing, and production decisions on finance. We w ill delve into w hy investors invest, and also define the process and content that should be used by business leaders.

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 6/15/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

Managing Grow ing Businesses
This session explores the challenges and opportunities associated w ith entrepreneurial management and grow th. We w ill focus on the decisions of high-grow th ow ner/managers in recognizing and choosing opportunities, obtaining and allocating resources, challenging and directing personnel, and adapting personal goals and corporate strategies to changing personal business conditions. In this process, participants w ill examine management challenges for companies that are preparing to become public.

“Innovation Sandbox” Entrepreneurial Leadership & Culture of Innov ation
There are several studies indicating that there are many elements that make up a truly innovative company: focused innovation strategy; w inning overall business strategy; deep customer insights; great talent; etc. More important than any of the individual elements, how ever, is the role of corporate culture. The executives and the managers set the tone for the enterprise culture. Unfortunately, a firm cannot make people creative and innovative. The only thing that executives can do is to create a climate w here people can be naturally creative. So, at the heart of innovation is the corporate culture. Do our managers and executives have the right entrepreneurial mindset and behaviors to cultivate a climate of innovation?

Turn Around & Harvesting the Firm
Using a compelling case study, w e w ill consider a company's history and financials and benefit from the perspective of the founding CEO. We w ill explore the entrepreneurial process w hich includes opportunity and market assessment and market analysis, metrics, margins and defining a strategy to seize the opportunity.

Marketing for Entrepreneurs
This session w ill examine the process of outlining an organization's capabilities and core competencies in order to more efficiently invest marketing dollars. It w ill delve into the areas that marketing executives need to address in creating a plan the delivers revenue and builds aw areness for their product or service. Entrepreneurial Marketing requires managers to understand all aspects of business as their decisions are felt throughout the organization.

Entrepreneurial Opportunity Presentations
The objective of this exercise is for participants to take the program learning—concepts and framew orks—and apply it to make a team presentation at the end of the w eek to a group of potential “investors.” The potential investors are looking for several key issues in the presentation: uniqueness, soundness of business model, fatal flaw s, and execution tactics. Teams w ill w ork on this “executive summary” throughout the w eek and the program w ill culminate w ith presentations to the entire class on Friday morning.

Módulo : 09MO **Fecha Inicia :** 7/15/2018 **Fecha Finaliza :** 7/20/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
BUSI 6029	Doing Business in China	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	1	3	[Wei Zhang] [Haitao Li] [Yang Li] [Eduardo Morcillo] [Li Zhou] [Bingsheng Teng]

Descripción:

Reemergence of China: Causes, Effects and Prospects
This session presents an overview of China's economic reforms. The economic, political and cultural factors that have significantly shaped the reform process will be considered. The session will help you to understand why China's reforms have been so successful and the factors that underlie them. Winners and losers of China's economic reforms will also be discussed.

Cultural Application in Doing Business in Asia/China
In an increasingly global world, business environments include people from different cultural backgrounds. This session will cover the challenges and opportunities of managing employees in a culturally diverse organizational environment, the cultural dimensions that characterize different societies, such as an emphasis on collectivism versus individualism and cross-culture management techniques required to cope with the diverse business environment so as to better succeed in this increasing global world.

Strategies for Entering the Chinese Market: Alliances and Acquisitions
Following China's accession to the World Trade Organization, foreign companies have gained the opportunity to compete on an equal footing with domestic companies. But how can your organization successfully seize the business opportunities provided by the Chinese marketplace in the face of stiff domestic competition? One way is through mergers and acquisitions – the number of which has increased significantly in the last few years. But who are the main players? What are the motives and underlying logic of such acquisitions? What main form do these acquisitions take? What are the obstacles along the way and how do firms overcome them? What are the consequences of these acquisitions for China and the rest of the world? Additional topics will include an overview of foreign firms in China and the strategic issues they face (e.g. Joint Venture Management, entry timing and adaptation to the local environment).

China's Reforms: Its Financial System and Policies
Chinese companies and financial institutions are increasingly expanding their presence in the global marketplace while foreign firms and investors continue to seek access to the ever-expanding Chinese market. This session will provide a brief introduction and analysis of China's financial markets. Participants will review recent developments in China's banking industry and stock, bond, derivative and private equity markets. The challenges and opportunities for foreign companies in these financial markets will be discussed.

The Future of "Made in China”
For the last 30 years China has acted as manufacturer to the world. By taking advantage of cheap labor, huge production capacity, and export-friendly government policies, Chinese manufacturers have dominated globally. However, in the last few years, with rising wages, a reduced supply of workers, and an appreciating currency, China's export competitiveness has weakened. Often, China finds itself no longer the cheapest producer in the global marketplace. At the same time, China's domestic market has developed a tremendous appetite for consumer products and imports are growing faster than exports. Many global brands and retailers are rushing in to capture market share. So what does the next decade look like for the Chinese supply chain? What are the new competencies needed to succeed in this environment? How do we make critical decisions for the future? What are the new challenges? We will review Chinese supply chain changes to date and suggest opportunities and trends for the future.

Módulo : 10MO **Fecha Inicia :** 8/6/2018 **Fecha Finaliza :** 8/11/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ITEC 6012	Sistemas de Información	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Juan Carlos Barahona]

Descripción:

Descripción del curso
La segunda década de este siglo trajo retos y oportunidades extraordinarias, asociadas al cambio en la forma de organizar y operar las empresas facilitados por las nuevas (y viejas) tecnologías de información. Estos cambios en los próximos años estarán en la agenda de todo directorio y en la mente de todo gerente. No es opcional: a medida que los consumidores adoptan nuevas herramientas de colaboración y experimentan la experiencia que les ofrecen los “maestros digitales”, sus expectativas crecen y también su poder para exigir de las firmas niveles espectaculares de servicio, precios competitivos como nunca y hasta dictar (o castigar) comportamientos que sean consistentes con la nueva lógica social y ambiental.

La profundidad y amplitud del cambio varía en tiempo y lugar, siguiendo una lógica de adopción que se explica más por la difusión de ideas en redes de personas y empresas que por una dimensión geográfica. Esto hace que en una misma ciudad (a veces en un mismo edificio) convivan empresas con procesos altamente digitalizados y modelos de negocio innovadores, al lado de empresas que aún no empiezan su transformación. En muchas ocasiones las consecuencias pueden ser la disrupción inesperada de un competidor insospechado que cambia radicalmente las reglas del juego, dando paso a nuevos servicios, productos o modelos de negocio, pero también destruyendo empresas que hasta ese momento eran exitosas.

Ser un “maestro digital” requiere de la combinación de dos grupos distintos de habilidades. El primer grupo tiene que ver con la capacidad de entender y adoptar de manera creativa las tecnologías digitales. El segundo grupo de habilidades está relacionado con la capacidad de implementarlas de manera que transformen el negocio. Implementar tecnologías que transforman la manera en que opera el negocio siempre ha sido difícil, pero este siglo está marcado además por la necesidad de hacerlo en tiempos mucho más cortos, para que el “incumbente” pueda reaccionar a tiempo.

Si bien lo que va a aprender aquí, es útil e importante para un “start up”, el curso está diseñado pensando en el 90% de las empresas, que no son nuevas, que ya están establecidas, y que necesitan evolucionar para adaptarse al nuevo entorno.

Beneficios para el participante
En medio curso no podemos pretender ver todos los temas que podrían ser de nuestro interés, pero podemos construir mucho juntos para alcanzar, al menos, los siguientes objetivos de aprendizaje:

a) Al finalizar el curso, el participante tendrá mayor claridad sobre el impacto que la tecnología ha tenido en su propia vida, su carrera gerencial, y la forma en que compiten las empresas.
b) Entenderá mejor su relación con la tecnología y podrá tomar decisiones respecto a su propia carrera, en qué aspectos enfocarse y diseñar estrategias y mecanismos para mantenerse a la vanguardia del cambio para aprovechar oportunidades y mitigar amenazas.
c) Tendrá herramientas y marcos conceptuales para facilitar la toma de decisiones gerenciales vinculadas con la adopción, adquisición e implementación de tecnología.
d) Podrá apreciar mejor el impacto de los cuatro principales “drivers” que están transformando las empresas y la gerencia: “social”, “c loud”, “mobile” y “data”
e) Tendrá una perspectiva y estrategias que le faciliten la comunicación con los responsables de tecnologías de información de la empresa y criterios para liderar los procesos de transformación digital de su empresa.

ADMI 6020	Control Gerencial	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Luis Noel Alfaro]

Descripción:

Las organizaciones, sin importar su naturaleza, sean estas con o sin fines de lucro, públicas o privadas, deben contar con un Sistema de Control Gerencial que asegure los agentes actúen en función de

Módulo : 10MO

Fecha Inicia : 8/6/2018 **Fecha Finaliza :** 8/11/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

los intereses de los principales. Este sistema debe estar diseñado en función de garantizar una adecuada implementación de la estrategia, promover la eficacia y eficiencia y lograr los objetivos de corto, mediano y largo plazo. Los sistemas de control gerencial son por definición complejos, tienen aspectos formales e informales y su fina comprensión es fundamental para conducir los cursos de la acción organizacional.
En esta clase nos enfocaremos en entender los elementos conceptuales e instrumentales de un sistema de control gerencial; estableceremos criterios para evaluar un sistema de control; ilustraremos el uso que los gerentes le pueden dar a la información contable cuando se trata de tomar decisiones; analizaremos diferentes perspectivas sobre la evaluación y la medición del desempeño de la organización como un todo y de cada una de sus partes.

Objetivo General
Explorar los sistemas de control gerencial desde los enfoques tradicionales y desde las tendencias que se están aplicando en el mundo empresarial con el fin de comprender y evaluar de forma crítica y propositiva sus diferentes dimensiones.

Módulo : 11MO

Fecha Inicia : 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 9/7/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
NEG 6033	Talent Management Doing Business in Euro	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	1	3	[Francisco Loscos] [Ángel Castiñeira] [Juan Rovira De Ossó] [F. Xavier Mena] [Jose María Gasalla]

Descripción:

Prof. Francisco Loscos
Descripción de la sesión y objetivos de aprendizaje:
El enfoque central de la Sesión es el de Gestión del Talento desde la perspectiva de apoyo a la función de la Dirección de Personas.

El planteamiento de la Sesión está orientado a trabajar las principales variables que configuran el Talento, y que en consecuencia hacen posible el alto rendimiento de las Personas y su Desarrollo Profesional.

Para ello, a lo largo de la Sesión se interrelacionarán mensajes, planteamientos, ideas, reflexiones...relacionados con la visión estratégica del Talento.

Los objetivos de la Sesión son:
- Reflexionar sobre los factores claves del éxito en el alineamiento entre los Modelos de Negocio y la Gestión del Talento.
- Conocer las dimensiones que configuran la visión estratégica del Talento
- Presentar las variables claves que configuran los esquemas de actuación en la Gestión del Talento.
- Compartir experiencias de otros Mercados/Sectores/Organizaciones en lo relacionado con Proyectos de Gestión del Talento.

Módulo : 11MO **Fecha Inicia :** 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 9/7/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

Descripción de la sesión y objetivos de aprendizaje
El enfoque central de la Sesión es el de la Gestión de Personas en entornos de incertidumbre y/o cambiantes.

El planteamiento de la Sesión está orientado a reflexionar sobre las principales variables de éxito en la Gestión de la interacción Negocio-Personas-Cambio y la adecuada gestión de dichas variables como Factores Clave de Éxito.

Para ello, a lo largo de la Sesión se interrelacionarán mensajes, planteamientos, ideas, reflexiones...de Gestión de Personas y Cambio, desde la perspectiva de Negocio.

Los objetivos de la Sesión son
- Reflexionar sobre las claves de la autenticidad directiva.
- Conocer las capacidades analíticas, instrumentales y emocionales clave que permite mejorar su ámbito de actuación en lo relacionado la Gestión de Personas y Cambio
- Reflexionar sobre los factores claves del Liderazgo del Cambio sobre la base del Modelo de Negocio
- Sensibilizar con la necesidad de adoptar nuevos Modelos Mentales de Actuación que requiere el Liderazgo del Cambio
- Entender y manejar las claves de los Procesos de Cambio y Transformación de las Organizaciones desde la perspectiva de Personas (Políticas, Valores, Cultura, Compromiso, Confianza…).

Prof. Xavier Mena

Objetivo
• Desarrollo de conocimientos, capacidades, habilidades y competencias en relación al análisis del entorno global (económico, financiero, social, etc.).
• Formulación de escenarios económicos previsionales a corto, medio y largo plazo.
• Orientación de la sesión hacia la gestión de un mapa del entorno económico (oportunidades y riesgos) en la toma de decisiones empresariales (‘Doing business').

Prof. Ángel Castiñeira

Descripción de la sesión y objetivos de aprendizaje:
Esta sesión presenta una aproximación a la geopolítica de la globalización a partir de tres ejes fundamentales: el análisis del entorno tecno económico, sociopolítico y cultural; las diversas teorías del cambio elaboradas por diversos pensadores; y, por último, los valores y tendencias emergentes. Desde el punto de vista histórico, parte del paradigma internacional derivado de la segunda guerra mundial (equilibrio bipolar), se concentra en los nuevos intentos de redefinición del nuevo orden internacional del período comprendido entre la caída del Muro de Berlín (1989) y la caída de las Torres Gemelas (11-S, 2001) y, por último, ensaya un intento de comprensión de la nueva "Pax Americana" derivada de la doctrina Bush hasta llegar a la nueva presidencia de Obama y su nueva doctrina de seguridad nacional.

La sesión intenta ayudar a comprender los cambios geopolíticos que estamos viviendo. El conocimiento de estos cambios nos puede ser útil para dar una respuesta acertada al reto adaptativo de nuestras organizaciones en el contexto global que vivimos, y también para redefinir correctamente nuestras competencias directivas, lo que se espera de nosotros como profesionales.

Objetivos
Presentar una visión general de la nueva ordenación del sistema internacional y de sus actores a partir de los cambios de 1989

Módulo : 11MO **Fecha Inicia :** 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 9/7/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

Generar en los participantes la necesidad de focalizar nuestra mirada en el análisis del contexto mundial.

Contribuir a modificar la visión de los participantes sobre la caracterización del nuevo orden mundial y la redefinición de actores y factores que lo condicionarán en el futuro.

Reflexionar sobre los ciclos históricos del poder geopolítico contemporáneo y su evolución.
Comprender la interrelación entre geopolítica, geoeconomía y geocultura, con el fin de incorporar en la estrategia empresarial una mirada comprehensiva de la nueva estructuración del mundo.

Evaluar las amenazas y oportunidades que para España y la Unión Europea representan estos cambios geopolíticos con el fin de definir una agenda futura de actuación válida también para las empresas.

Juan Rovira

Descripción de las sesiones y objetivos de aprendizaje
Todas las evidencias empíricas que la investigación en los diversos campos de las ciencias del comportamiento ha proporcionado en los últimos años, apuntan a identificar la gestión de las personas como factor diferenciador de excelencia en la gestión. En cualquier área funcional, la correcta gestión de las personas determina el éxito del negocio.

El Comportamiento Organizativo es el campo de estudio que investiga el impacto que los individuos, equipos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos para mejorar la eficacia de dichas organizaciones. Dentro de este campo de estudio el Liderazgo aparece como la función que aglutina, dinamiza y dota de dirección y sentido a los individuos, equipos y organizaciones que conforman el mundo corporativo.

Estas sesiones aportan conocimientos, modelos y herramientas en cuatro ámbitos: el liderazgo en un contexto global y el desarrollo de talento (Liderando el Talento Global) y Estilos para un liderazgo efectivo y la creación y gestión de equipos de alto rendimiento (Alto rendimiento en liderazgo).

Los objetivos que persiguen las dos sesiones responden a un único propósito: Que los participantes tomen conciencia de que en la sociedad actual, la gestión de las personas, es uno de los factores clave en el desarrollo de cualquier organización y representa la fuente de ventaja competitiva sostenible más determinante. Para ello es necesario comprender unos modelos y elementos mínimos que permitan leer las realidades organizativas y disponer de herramientas para actuar en ellas.

Módulo : 12MO **Fecha Inicia :** 10/8/2018 **Fecha Finaliza :** 10/16/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
HUMA 6006	Creating Value from Values	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Andrea Prado]

Descripción:

Las expectativas y las presiones externas que enfrentan las empresas cambian constantemente. En la actualidad, los retos ambientales y sociales que aquejan a las sociedades demandan una revisión del modelo tradicional de negocios con el fin de que el sector privado pueda contribuir al desarrollo sostenible y mantener sus operaciones en el largo plazo. “Creando valor con valores” explora las diferentes oportunidades y riesgos que surgen alrededor de la operación del negocio cuando se consideran las dimensiones ambientales y sociales del negocio.

El objetivo principal del curso es discutir diferentes enfoques y marcos analíticos que permitan a los estudiantes desarrollar un “business case” (argumento empresarial) que justifique la revisión del modelo tradicional de hacer negocios que se enfoca exclusivamente en la maximización de utilidades en el corto plazo.

ESTR 6033	Implementación de la Estrategia	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1.5	[Octavio Martínez]

Descripción:

Descripción del Curso
Este curso trata sobre cómo preparar a las organizaciones para que implementen sus estrategias exitosamente. El curso examina los principales elementos del diseño organizacional que deben alinearse para darle soporte a la implementación de la estrategia. Particularmente, discutiremos marcos conceptuales y herramientas para alinear la estructura, los procesos de negocio, el talento humano y los sistemas de incentivos con la estrategia.

El curso se enfoca en el rol de la alta gerencia para facilitar una implementación exitosa de la estrategia como un requisito indispensable para lograr el éxito de la organización en el largo plazo. Debido a que este trabajo se relaciona con todas las áreas del negocio, el curso provee una perspectiva “global” del mismo. Esta perspectiva le permitirá al estudiante aplicar e integrar el conocimiento sobre áreas funcionales que ha desarrollado mediante otros cursos y su experiencia laboral.

Objetivos de Aprendizaje
Al terminar este curso, los estudiantes deberán:
1. Identificar las estructuras, procesos y sistemas que apoyan u obstaculizan la ejecución de diversos tipos de estrategias.
2. Entender cómo promover una cultura organizacional que facilite la implementación de la estrategia.
3. Conocer algunos principios básicos para la comunicación efectiva de la estrategia y el seguimiento a su ejecución.

LDER 6036	Marca Personal	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.25	0.75	[Margaret Rose Grigsby]

Descripción:

Objetivo General
El objetivo de este curso es dotar a los estudiantes de conceptos generales de marca personal y como aplicarlos individualmente.

Módulo : 12MO **Fecha Inicia :** 10/8/2018 **Fecha Finaliza :** 10/16/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

Objetivos Específicos
1. Comprender la relevancia de tener una marca personal.
2. Desarrollar destrezas para la definición de la marca personal.

Descripción
Reforzaremos la habilidad de comprender, definir y monitorear la marca personal. A diferencia de las empresas o productos, las personas poseen una marca personal intrínseca como resultado de las cualidades de la personalidad, la experiencia y el desarrollo del pasado, y la comunicación con los demás, lo sepan o no. Partiendo de la base de herramientas de autoconocimiento, responderemos de manera individual preguntas como: ¿La marca que tiene actualmente comunica el mensaje correcto? ¿Cómo puede ser refinada? ¿Cómo encaja con la marca con su empresa? ¿Cómo mantener la marca vigente? En la clase se harán ejercicios y recibirá retroalimentación de su trabajo.

COMU 6012	Comunicación	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.25	0.75	[María Elena Carballo]

Descripción:

Descripción del curso
Introducción
Hablaremos practicaremos dos habilidades de comunicación: la de contar relatos(storytelling) que capturen la imaginación de nuestras audiencias y la de sintetizar nuestras ideas en mensajes clave. Además, exploraremos la importancia del lenguaje no verbal.

Objetivo general: conocer y practicar herramientas que dan ventajas al comunicarse

Objetivos específicos:
Iniciar la elaboración y el uso de storytelling para comunicarnos.
Refinar los mensajes clave sobre uno mismo y su organización.
Buscar la coherencia entre el lenguaje verbal y el no verbal.

Organización: Tendremos plenarios en las que la profesora expone, pero no deja de solicitar la participación de todos; reuniones para el trabajo y las exposiciones de grupo, a la vez que observaciones de vídeos. Las lecturas que se incluyen son optativas pero la participación en plenarios y grupos no lo es.

Módulo : 12MO **Fecha Inicia :** 10/8/2018 **Fecha Finaliza :** 10/16/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ETIC 6013	Etica, Poder e Influencia	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.25	0.75	[Susan Clancy]

Descripción:

Course Description and Learning Objectives
A crucial mistake MBAs make in their first jobs out of business school is that they believe that their new job titles confer power – that the people they work with will comply with their wishes and requests because "I am the boss and I told them to." Regretfully, in the real work this is not the case.
As students will learn, the key to accomplishing their professional goals will rely on their ability to understand power and influence dynamics (at a personal, organizational and societal level) and use them as effective tools.
Power and Influence is a course for students who are change agents, those who want to make things happen, despite all the obstacles that will stand in their way.
Through the use of real world cases, class discussion, personal assessments and research articles, students will develop a solid understanding of what power is, how to acquire it and then leverage it to accomplish their professional goals.
Course Objectives
This course includes conceptual models, tactical approaches, and self-assessment tools to help students develop and leverage their own power and influence skills in the interpersonal, organizational and societal framework they will face.
Students will emerge with a solid understanding of what power is, a repertoire of influence techniques that will help them acquire and maintain it, and a strategy for building and exercising power and influence ethically in their own lives.
Organization and Contents
The course is divided into four modules. Module 1 will introduce students to the concept of power and ways to acquire it. Module 2 will provide students with critical influence and persuasion skills (written and verbal) that will enable them to enhance their own individual power sources. Module 3 prepares students for the organizational pressures and dynamics that too often impede their abilities to exert power and influence. Module 4 is for those students set on enacting societal change. What are the intense national and global pressures they will face and how to overcome them?