

Descripción de Materias
EMBA GLOBAL 2015 NI-SP
Primer año

CONTABILIDAD

Introducción

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.

Objetivo

Al finalizar el curso se espera que los participantes en el mismo se encuentren debidamente fortalecidos 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.

MATEMÁTICAS

Objetivos generales

1. Estudiar conceptos básicos de matemáticas, econometría y teoría de decisiones aplicados a los negocios a través del uso de ejercicios y casos.
2. Desarrollar los criterios y las destrezas necesarias para aplicar estos conceptos y herramientas analíticas de la ciencia de la administración al proceso de toma de decisiones gerenciales.

Objetivos específicos

1. Desarrollar aplicaciones prácticas de los conceptos a cubrir en clase a través del estudio de casos, ejercicios y otras técnicas de enseñanza-aprendizaje centradas en el participante.
2. Familiarizar al estudiante con el uso avanzado de software científico comercial con el fin de ser usado como herramienta de productividad en el estudio y la resolución de ejercicios y casos.
3. Proporcionar al estudiante herramientas que pueden ser aplicadas tanto al análisis y discusión de casos en cursos posteriores así como a problemas del mundo real de negocios.

ANÁLISIS DEL ENTORNO POLÍTICO

En este curso pretendo desarrollar un marco conceptual que se desprende de los trabajos de cuatro 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, Venezuela, Egipto, China y Estados Unidos, entre otros, todos ellos con el fin de verificar la solidez/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.

ANÁLISIS ENTORNO ECONÓMICO

Objetivo general

El curso de Análisis del Entorno Económico en el EMBA-Global tiene como objetivo brindar a los estudiantes 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

- 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. Comprender los determinantes del crecimiento económico y las estrategias de desarrollo.
- v. Reflexionar sobre temas de actualidad, con especial énfasis en la crisis financiera internacional y las políticas adoptadas para enfrentarla.

DECISIONES GERENCIALES

Introducción

El curso de Decisiones Gerenciales será impartido en Julio y Septiembre de 2014. En este documento se presenta la descripción de la primera parte del curso de 4 sesiones de clase. Las restantes sesiones se impartirán en la segunda parte en el mes de Septiembre.

Objetivos del curso

1. Fortalecer las capacidades para el análisis y la toma de decisiones en problemas gerenciales reales.
2. Fortalecer el punto de vista gerencial, mediante el dominio de las técnicas de análisis de problemas complejos que se presentan en la vida real en empresas públicas y privadas, y mediante el desarrollo y fortalecimiento de las actitudes y valores propios de la gerencia eficaz.

MÉTODOS CUANTITATIVOS

El curso de Métodos Cuantitativos tiene como finalidad brindar al estudiante una serie de herramientas que facilitan el proceso de toma de decisiones en el área de la administración de negocios. Se presenta una serie de modelos y estructuras de análisis cuantitativo, con el fin de capacitarlo para enfrentar problemas y decisiones empresariales. Así, el curso analiza la teoría de las decisiones, el análisis de series de tiempo, y, los ejercicios de simulación para la valoración de riesgos.

Objetivos

Desarrollar criterios cuantitativos para la toma de decisiones aplicables a situaciones relevantes dentro de las organizaciones, permitiendo alcanzar los siguientes objetivos específicos:

- Reconocer la importancia de la aplicación de los métodos cuantitativos en las empresas modernas.
- Identificar posibles aplicaciones de los métodos aprendidos en problemas a los que se enfrentará en el futuro profesional.
- Aplicar los árboles de decisión en situaciones de toma de decisiones bajo incertidumbre. Elaborar distintos tipos de pronósticos con base en la construcción de escenarios y realización de ejercicios de simulación.

CONTABILIDAD DE COSTOS

Descripción del curso

La contabilidad tiene como objetivo fundamental transmitir información de utilidad para los usuarios: internos, gerentes y decisores en los distintos niveles de la organización.

Los usuarios habituales requieren de dicha información, para contar con elementos de juicio suficientes para analizar los resultados, valorar los activos y planificar y controlar la gestión. La adopción de decisiones en el ámbito interno de la empresa exige una información diferente a la ofrecida por la contabilidad financiera.

La contabilidad de gestión estratégica o contabilidad gerencial se configura pues como un sistema de información para satisfacer las necesidades informativas de los usuarios internos. Tanto la contabilidad de costos como la gestión forman un todo que, por su proyección operativa, podríamos denominar Contabilidad Directiva o Contabilidad de Gestión Estratégica.

Los usuarios internos precisan desarrollar mecanismos de planificación y control de actividades de la entidad sobre la base de la información contable para poder llevar eficientemente la gestión de la misma, por lo que estudiamos instrumentos de Contabilidad de Gerencial que permiten a la Contabilidad de Costos ser la principal herramienta de información para la planificación y el control en conexión con la adopción de decisiones.

Es por esto que el diseño del curso enfatiza la toma de decisiones basada en información que emana de la Contabilidad de costos. Todos los casos que utilizaremos en el curso involucran una decisión relevante y que afecta las operaciones de la empresa. Una vez más, el insumo, información y justificación de la decisión será analizada con insumos del sistema de contabilidad gerencial de la empresa presentada en el documento.

Objetivos del curso

1. Dar a conocer el funcionamiento de los diferentes sistemas y técnicas de costeo y de contabilidad gerencial.
2. Comprender el papel de la información contable en el proceso de toma de decisiones

LIDERAZGO

Propósitos

- Mejorar la comprensión de la influencia de características personales en el liderazgo y en la implementación de una visión de equipo y/o estrategia.
- Analizar factores esenciales para la ejecución de la estrategia y el papel del liderazgo en el cumplimiento de los planes de acción y alcance de objetivos.
- Identificar pilares organizacionales que intervienen en el alineamiento interno para implementar la estrategia.

GERENCIA DE MERCADEO

Descripción del curso

Este curso es una continuación del curso que ustedes recibieron en el módulo de Noviembre del 2014 con el Profesor Exprúa y lo complementa en la creación de las bases y fundamentos de la gerencia de marketing y su incidencia en la estrategia general y en la consecución de resultados y metas en la empresa de hoy.

Esta vez abordaremos los temas de Pricing desde sus fundamentos y postulados de la teoría general de precios hasta su evolución en los mecanismos de formación del precio en la empresa de hoy.

Trataremos igualmente

- La incidencia del marketing en la formulación y ejecución del modelo de negocios de la empresa.
- El diseño y manejo de los sistemas de distribución
- La formulación y administración de la estrategia de comunicación de la empresa desde el “modus operandis” tradicional –todavía mayoritario y dominante- hasta medios más novedosos que descansan en la tecnología y los medios sociales.

GERENCIA DE OPERACIONES

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 los insumos y entidades en el sistema y los procesos utilizados para la conversión de éstos en los productos y servicios ofrecidos a los clientes (parte 1) y en la filosofía de flujos (parte 2).

Objetivos específicos

1. Comprender la lógica operativa de los diferentes entornos productivos, tanto en manufactura como en servicios.
2. Utilizar herramientas analíticas para entender el funcionamiento de las operaciones.
3. El estudiante aprenderá a definir la capacidad de los entornos operacionales, ya que la capacidad de gestión es una tarea clave dentro de los deberes del gerente de operaciones.
4. Analizar los fundamentos y ámbitos de aplicación de las filosofías de la producción justo a tiempo, células de trabajo, calidad *six sigma* y *lean operations*.

5. Modelar matemáticamente las relaciones que existen entre diversas variables de rendimiento de una operación y ligarlas con las métricas financieras de la empresa.

CAMBIO ORGANIZACIONAL

Descripción

El curso contiene cinco módulos, los primeros sobre la estructura organizacional y su relación con la estrategia de las empresas, los segundos sobre los procesos de cambio en las empresas familiares. El método será la discusión de casos, un trabajo de aplicación de los conceptos en la propia empresa, y la lectura de conceptos. Tendremos un énfasis especial en los procesos de cambio y desarrollo dentro de las empresas familiares, en parte porque en este tipo de empresas se vive muy agudamente el problema de los cambios (o no cambios), en parte porque es la realidad empresarial más común en el mundo, y también porque la gran mayoría de ustedes tiene relación directa con empresas familiares.

Objetivos de aprendizaje

En este curso usted podría aprender y desarrollar:

- a) Conceptos que le permitan entender, predecir e identificar procesos, herramientas y acciones para cambiar las realidades organizacionales.
- b) Habilidades de diagnóstico de procesos de cambio organizacional, para trabajar en las organizaciones y decidir sobre las alternativas de vías de acción para el cambio
- c) Identificar los problemas y las soluciones para el cambio organizacional en las empresas familiares.

GERENCIA DE FINANZAS

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
- Metodologías de evaluación de inversiones
- VAN, TIR y VAN Ajustado
- Costo de Capital
- Errores en Valoración

NEGOCIACIÓN

Objetivos del curso

1. Fortalecer las destrezas y actitudes de los participantes para la negociación eficaz en el entorno empresarial
2. Familiarizar a los participantes con los conceptos de la nueva teoría de la negociación
3. Mejorar las capacidades de los participantes para lograr el éxito en procesos de negociación.

Contenido del curso

En las diez sesiones del curso se examinarán los principios de negociación desarrollados por la nueva teoría de negociación y su aplicación práctica a negociaciones reales en asuntos empresariales. Se llevarán a cabo siete simulaciones de negociaciones. Cinco de ellas son negociaciones bilaterales y dos son negociaciones multilaterales.

Temas específicos del curso son: la negociación posicional, el papel de los intereses en la negociación, la negociación de conflictos y el punto de partida de la negociación, la negociación desigual, la negociación interna-externa en una empresa y la negociación multilateral entre varias organizaciones.

Metodología

El núcleo del aprendizaje será el desarrollo de dinámicas de negociación (tres en grupos de estudio y cuatro en parejas de estudiantes), con sesiones de revisión de resultados de cada negociación y el apoyo de material de lectura conceptual relevante. Las dinámicas de negociación permiten examinar el desarrollo de destrezas a actitudes apropiadas para la negociación eficaz y cada participante tendrá la oportunidad de participar intensamente en las dinámicas y luego reflexionar sobre los resultados en las sesiones de revisión y tener la oportunidad de examinar su desempeño y conectarlo con los conceptos y técnicas presentados en las lecturas de apoyo.

NEGOCIOS EN USA: PROD. DEVELOP & PROJECT MNGMT

Learning Objectives

Implementing Innovation Strategies: Incremental, Radical and Open Innovation

- Approaches to corporate innovation, including Incremental Innovation, Radical Innovation, Open Innovation, Scouting, and Venture Investing.
- Show how they may fit better in the new world of startups, young companies, diversity and distributed technology development.\

Global Sales and Sales Management: Turning New Ideas, New Approaches, and New Technologies into Businesses

- How can new ideas, new technologies, and innovative business models be best embraced, sold, and turned into new business opportunities, both in the business/operating units and also centrally, or in startup ventures.
- the course attendees will have the opportunity to test their business and value proposition in a graded Networking and Sales Pitching exercise with top executives and potential “customers,” as well as to meet world class innovators.
- Quantifying the Value Proposition: Working the Deal and Refining the Sales Pitch

Going to Market: The Power of Vertical Marketing

- Developing and implementing a convincing innovation and commercialization strategy, including going to market, establishing beach head customers, and closing new business deals with limited resources.
- Quantify the value proposition and ensure that every client’s use of the new product solution is a resounding success.

Thinking About Globalization:

- Under what circumstances should you go global, and when should you stay regional or local?

Leadership and Corporate Culture:

- What culture will you create and promulgate in your organization? How should/will it change as you grow, and what should you try to keep the same?

What does it take to Design, Lead and Build World Class Management Teams?

- What are the characteristics of “A” players? How can they best be recruited and “onboarded.” How and when should “C” players be moved?

The Importance of Networking for Innovation, Recruiting, Marketing and Sales.

- It takes a Village: Building an Entrepreneurial Ecosystem helps all the Players. Ambition, Networking and Pitching are Critical.
- Company Visits illustrate the challenges and the opportunities of putting classroom theories into practice, for real world results.

The Inbound Marketing Revolution:

- The example of HubSpot leading, or riding the wave (HBS Case and visit).

ESTRATEGIA CORPORATIVA

Este curso pretende desarrollar en los estudiantes la habilidad de forjar la estrategia de una empresa. Se discutirán tres temas fundamentales.

Primero, los estrategias deben ser capaces de analizar el entorno relevante para la empresa. En todas las empresa menos las pequeñas, hay individuos que conocen aspectos específicos del entorno mejor de lo que lo conoce el estratega. Así pues, el gerente de mercadeo debería conocer mejor a los clientes, el gerente de compras conoce mejor a los suplidores, y el gerente de recursos humanos conoce mejor el mercado laboral. El estratega, sin embargo, conoce como todos esos factores se combinan para formar el entorno competitivo de la empresa. Este curso introduce la teoría necesaria para analizar el entorno competitivo de las compañías.

Segundo, el estrategia efectivo configura todas las decisiones internas de la empresa para lograr una ventaja competitiva sostenible. Él o ella alinean todas las partes de la compañía para que actúen consistentemente. La estrategia es inherentemente una tarea multifuncional.

FINANZAS CORPORATIVAS Y FINANZAS INTERNACIONALES

Motivación y objetivo general

No hay ninguna duda que el mundo de los negocios es hoy internacional. Los avances tecnológicos y la era de la información han creado un mundo globalizado accesible a todos los inversionistas, tanto corporativos como individuales. Todo esto ha contribuido a incrementar de forma exponencial tanto el número como la complejidad de las decisiones que tiene que tomar un administrador financiero para ser exitoso.

La primera mitad del curso de finanzas corporativas e internacionales (enseñando a distancia) tiene como objetivo fundamental profundizar el conocimiento del estudiante sobre las teorías existentes, problemática específica y herramientas disponibles para administrar los recursos financieros de una compañía con especial énfasis en las decisiones de largo plazo. La segunda mitad del curso tiene como objetivo fundamental desarrollar el conocimiento del estudiante sobre las teorías existentes, problemática específica y herramientas disponibles para administrar recursos en el contexto de empresas con operaciones en varios países. La perspectiva será fundamentalmente la de la firma y se pondrá especial énfasis en explorar la dimensión financiera en empresas multinacionales.

Objetivos específicos

En el curso se pretende alcanzar un conjunto de objetivos específicos. En particular, se espera que el estudiante desarrolle la capacidad para:

- a) Conocer los principales métodos que existen y dificultades que se presentan al valorar empresas en marcha.
- b) Entender las consideraciones que deben sopesar las empresas cuando deciden sobre sus políticas de endeudamiento y de dividendos.
- c) Entender los efectos financieros, problemas relacionados y las alternativas disponibles para manejar la exposición cambiaria en empresas multinacionales
- d) Conocer las principales características de los mercados de capitales modernos, así como con los principios básicos de la teoría de portafolios.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL

Objetivos de aprendizaje

1. Desarrollar **competencia de negocios y gerencia de sistemas de información**: ¿Cómo alinear las tecnologías de información con las áreas funcionales, con la estrategia de la empresa, con emprendimientos, las relaciones profesionales y laborales y la innovación?
2. Desarrollar un vocabulario y comprensión de conceptos fundamentales de la infraestructura de TI, en particular aquellos asociados a la seguridad informática, para facilitar la comunicación e intercambio de conocimientos relacionados con TI dentro y fuera de la empresa.
3. Desarrollar **criterio para evaluar tecnologías emergentes y futuras inversiones** en tecnologías y sistemas de información.

NEGOCIOS EN EUROPA

Prof. Francisco Loscos

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.

Prof. Xavier Mena

Metodología

La aproximación metodológica se basa en el comportamiento estratégico de los agentes económicos (consumidores, empresas, bancos centrales, organismos regionales e internacionales).

El planteamiento pedagógico tiene un sentido finalista, focalizado en el aprendizaje de conocimientos y el desarrollo de capacidades y habilidades analíticas de los fenómenos económicos.

La metodología antepone el vector activo del aprendizaje de los participantes al meramente pasivo de la docencia del profesor. Las sesiones combinan las exposiciones magistrales con la participación interactiva que demanda la experiencia profesional de los asistentes

Prof. Luis Vives

Objetivos

- Aprender sobre los nuevos enfoques de la estrategia, los nuevos "marcos conceptuales" y las herramientas utilizados por empresas líderes.
- Adquirir experiencia sobre cómo desarrollar y evaluar estrategias innovadoras y nuevos modelos de negocio.
- Entender las tendencias que influirán en el éxito y el crecimiento potencial de los modelos de negocio en el futuro, con énfasis en el mundo digital.

Prof. Norbert Monfort

Cuáles son los objetivos prioritarios a alcanzar los participantes con la sesión: A. Consolidar las bases del liderazgo de proximidad de personas a fin de obtener los resultados esperados de cada colaborador, desarrollando su potencial, ajustando el estilo directivo según su madurez y construyendo un entorno motivacional sostenible. B. Asegurar la efectiva interiorización de las principales palancas que permiten asegurar el rendimiento de un equipo, cuidando su cohesión y coordinación y desarrollando un amplio sentido de responsabilidad sobre resultados.

Prof. Ángel Castiñeira

Objetivos

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

Prof. Juan Rovira/ Prof. Jaime Bonache

Objetivos

- Que los participantes tomen conciencia sobre la importancia del Entorno en el ejercicio del Liderazgo y la responsabilidad individual, de cada uno de ellos, para que el proceso de transformación y de éxito.
- Que conozcan la importancia de la inteligencia emocional para el logro de resultados sostenibles, la importancia del clima organizacional y los distintos estilos de liderazgo según el modelo de D. Goleman.
- Profundizar en el papel del directivo – motor del cambio - y conocer las distintas fases por las que debe pasar un equipo para lograr su máximo rendimiento.
- Conocer los distintos estilos de Comunicación desde la óptica del ejercicio del liderazgo. El estilo predominante en cada participante y como trabajar con sus equipos para la mejora del grupo.
- Conocer los conceptos que conforman la cultura en las organizaciones y las distintas respuestas culturales frente al fracaso.

CONTROL GERENCIAL

Introducción

Toda organización, independientemente que esta sea del sector privado, público, o no gubernamental, con o sin fines de lucro, necesita de un sistema de control gerencial que le permita cumplir con su visión, misión, y objetivos estratégicos y operativos.

Consecuentemente, este curso ha sido diseñado con el propósito de presentar, analizar, y discutir distintos sistemas de control gerencial usados en el mundo empresarial e institucional.

Objetivo

Al finalizar el curso se espera que los participantes en el mismo tengan un dominio apropiado de los sistemas de control gerencial utilizados en el mundo empresarial e institucional para evaluar el desempeño e implementar la estrategia de empresas e instituciones.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Descripción del curso

La función de la gerencia de la cadena de suministros, SCM, 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 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 clase incluye discusiones de casos, ejercicios, mini-conferencias y un juego de simulación. 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.

Objetivos de aprendizaje

El presente curso ayudará a los participantes del EMBA Global 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.

NEW VENTURES

Bienvenidos al curso "New Ventures: del Diseño a la Comercialización". Además de las presentaciones y la discusión de vídeo, casos, en el marco del curso desarrollaremos un Taller de Diseño de Soluciones y Modelos de Negocios durante el cual los participantes, organizados en equipos, desarrollarán soluciones a distintos desafíos y presentarán sus propuestas de solución durante la última jornada. Para maximizar el aprendizaje del Taller se han seleccionado desafíos relacionados con sectores conocidos por todos desde nuestra perspectiva de usuarios.

Durante el taller contaremos con facilitadores formados en las herramientas de manera que los equipos apliquen correctamente la metodología de Design Thinking y Business Model Innovation. Así mismo, cada equipo tendrá un líder responsable de dinamizar el trabajo y gestionar los tiempos marcados en la agenda. El éxito del curso y la optimización del aprendizaje dependerán del interés y compromiso con las tareas. En este sentido, apreciaremos mucho su contribución y disposición al trabajo en equipo.

Objetivos de Aprendizaje del Curso

- Aprender a usar Design Thinking en el Diseño de Soluciones
- 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

PROCESOS GERENCIALES

El término “¿Cómo...?” resume la intención de este taller: aportar herramientas, modelos y procedimientos para facilitar procesos específicos en las responsabilidades profesionales de los estudiantes del Global EMBA 2015.

Se asume que, en la fase final del Programa MBA, ya se posee un adecuado dominio conceptual. Lo precedente entonces es complementar estos conocimientos con enfoques gerenciales de uso práctico en el desempeño gerencial.

NEGOCIOS EN ASIA

Prof. Wei Li, CKGSB

Learning Objectives

1. What are the factors that contributed to China’s rapid economic development? What roles did the government play? What roles did the private sector play?
2. In what ways have China’s development changed China? The rest of the world?
3. What lessons can we learn from China’s development?

Prof. Edwin Keh, Wharton Business School

Learning Objectives

1. Understand the historic context of current global supply chain
2. Recognize that we are at an inflection in global trade and the need for a new model
3. See the importance of the East/West global trading relationship

Prof. Haitao Li, Associate Dean, CKGSB

Learning Objectives

1. Recent turmoil in Chinese equity and currency markets
2. China's new economic growth model: “One belt, one road,” SOE reform, Internet-based innovation
3. Financial reforms needed to support the new economic growth model

Prof. Xiaoyang Li, CKGSB & Mr. Jiannong Qian, CKGSB alumnus, Vice President of Fosun Group

Learning Objectives

1. Familiarize yourself with China’s outbound investment profile
2. Understand the motives behind China’s recent policy initiatives to promote outbound investment and “One belt, one road”
3. Form new perspectives when dealing with Chinese investors’ investment/ acquisition offers

Prof. Bing Xiang, Founding Dean, CKGSB

Learning Objectives

1. Reemergence of China: Causes, Effects and Prospects
2. Contributing Factors to China’s Success
3. Myths or Misconceptions about the “Chinese Way”
4. Historical Perspective on China’s Transformation
5. Global Implications of China’s Transformation

CREATING VALUE FROM VALUES

Descripción del curso

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. “Creando valor con valores” explora diferentes formas en que las empresas pueden desarrollar estrategias sociales y ambientales y analiza cómo pueden alinearse con la operación 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.

ESTRATEGIA DE MERCADEO

Semblanza: Este curso completa y finaliza el ciclo de exposición a la gerencia de mercadeo en la empresa. Consta de cinco bloques repartidos en el último módulo del programa. Su propósito fundamental abraza lo siguiente:

- Integrar la tarea de formular e implementar de manera integrada la estrategia de mercadeo de la empresa.
- Analizar el rol del gerente y su capital humano en la creación de valor en los mercados de la empresa.
- Relacionar la función de mercadeo con las demás áreas funcionales de la empresa.
- Exponernos y entrenarnos a situaciones particulares tales como las comunicaciones y relaciones de la empresa con su Mercado y “stakeholders” en condiciones de crisis o riesgo reputacional.
- La formulación de estrategias de marketing en la internacionalización de la empresa.
- Mercadeo y el esfuerzo de emprender una empresa (Entrepreneurial Marketing)

ESTRATEGIA DE OPERACIONES

Objetivo del curso

El objetivo de este curso es el estudio de la perspectiva estratégica de los sistemas operacionales de manufactura, de servicios y de la forma cómo los procesos operacionales pueden convertirse en verdaderas armas competitivas. Para ello analizaremos marcos conceptuales, enfoques y herramientas relativas a la utilización de los recursos operativos (instalaciones, capacidad, equipos, personal y sistemas de programación, calidad, cultura) para crear las habilidades competitivas demandadas por la estrategia competitiva de la empresa.

Con ese propósito también estudiaremos los temas de Gerencia de Inventarios y la Gerencia de la Cadena de Suministros.