

.Descripción de Materias
MBA 2015 NI-SP
Primer Año

INTRODUCCION A LA CONTABILIDAD

Este es un curso diseñado para aquellas estudiantes que ingresarán al programa de maestría, cuya experiencia académica y profesional no les ha permitido conocer la importancia que tiene la contabilidad en la administración de cualquier organización, con o sin fines de lucro. También puede servir de refrescamiento para aquellos que ya han tenido experiencia en el tema

La información financiera es fundamental para que los tomadores de decisiones internos y externos puedan valorar el desempeño y la salud financiera de la empresa y en base a ello tomar decisiones.

En este curso comenzaremos por entender las actividades de las organizaciones, la necesidad de información financiera, los reportes que la proporcionan, el contenido de cada reporte, las normas que rigen tanto el proceso contable como la presentación de la información y la lógica del proceso de registro de las transacciones que ocurren tanto a lo interno y el mundo externo.

Objetivos de Aprendizaje

Que los estudiantes, al completar el curso comprendan la importancia de la contabilidad, entiendan los reportes básicos de contabilidad: El Balance General, El Estado de Resultados y el Estado de Flujo de Efectivo y sean capaces de visualizar el impacto de cada evento o transacción que tenga efecto económico o financiero para la organización.

MATEMATICAS FINANCIERAS

Objetivos de Aprendizaje

El objetivo de este curso es proporcionar al estudiante las herramientas cuantitativas necesarias para enfrentar exitosamente las demandas de un programa de maestría en Administración de Empresas. El curso se destinará al estudio de los conceptos básicos de matemáticas financieras.

ETICA Y SOCIEDAD I; LIDERAZGO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Descripción del curso

Desarrollar una visión personal y compartida sobre los retos y oportunidades que plantea el desarrollo sostenible para nuestras sociedades y los futuros líderes empresariales.

Se logrará esta visión a través de la discusión en clase basada en las lecturas y los casos de estudio, la reflexión y la investigación.

INTRODUCCION A LA ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

El curso de Introducción a la Administración de Negocios, permitirá a los estudiantes del primer año del MBA conocer los aspectos generales y fundamentales del mundo de las empresas. Los temas que se estudiarán son: la empresa, el empresario, la formación de nuevas empresas, las etapas de la empresa y fundamentos de gobierno corporativo, así como las relaciones entre el gerente general y la alta dirección.

Objetivos de aprendizaje

Introducir al estudiante en:

1. La empresa y su entorno
2. El empresario, la formación de empresas y su desarrollo
3. El Gobierno Corporativo de las empresas, especialmente en las funciones y relaciones entre Junta Directiva, gerencia y la alta dirección.

TEAM BUILDING

Propósitos:

- Establecer las bases para el desempeño de los equipos de estudio al máximo nivel académico posible mediante su integración y fijación de reglas de relación.
- Apoyar a los estudiantes en la comprensión de los factores que intervienen en la evolución de sus equipos hacia el alto rendimiento.
- Aplicar los acuerdos sobre desempeño y relaciones en forma inmediata en cursos iniciales de la Maestría.

COMUNICACION GERENCIAL Y LIDERAZGO

Descripción del curso

Trataremos de reforzar la habilidad para planear cuidadosamente nuestra comunicación y para tomar decisiones en cuanto a su forma y contenido. Veremos, entonces, cómo apoyarnos en nuestra escritura y habla para alcanzar nuestros objetivos gerenciales. Juzgamos la comunicación, entonces, en función de sus resultados sobre la acción de los demás; por lo tanto, el análisis de la audiencia a la cual nos dirigimos es central, a la vez que el conocimiento de nosotros mismos, de nuestras fortalezas y debilidades. También discutiremos en clase textos y filmes clave de la cultura occidental y examinaremos la imagen y la trayectoria del líder y sus retos a través de ellos. Fomentaremos la reflexión personal sobre el liderazgo y sus responsabilidades con obras que, por su valor estético, incluyen dimensiones múltiples y heterogéneas que la investigación o la escritura de casos sobre el tema a menudo deja de lado. Diseñamos el curso para desarrollar flexibilidad, auto-conocimiento y capacidad de reflexión al considerar asuntos culturales en la toma de decisiones del líder.

Objetivos generales:

- Mejorar habilidades y desarrollar destrezas para la comunicación eficaz del gerente.

- Analizar el liderato y sus dimensiones múltiples, a través de la literatura y el cine, fomentando el conocimiento de uno mismo y su audiencia.

Objetivos específicos:

1. Desarrollar las habilidades de análisis de situaciones en las cuales la comunicación juega un papel importante para el liderato.
2. Mejorar la respuesta a tales situaciones.
3. Desarrollar destrezas de argumentación y persuasión para recomendaciones y propuestas.
4. Presentar y discutir temas de importancia para la vida del líder que han sido elaborados por la literatura y el cine.
5. Analizar algunas motivaciones, valores y actitudes de la cultura occidental, en general, y latinoamericana, en particular, relacionados con el poder, la autoridad y el liderato.

CONTABILIDAD FINANCIERA

Introducción

El curso de Contabilidad Financiera se enfoca en los conceptos, técnicas, reglas y procedimientos que pueden utilizar los gerentes para reportar los resultados de las operaciones de la empresa a distintas personas o instituciones asociadas con la misma (por ejemplo, “stockholders”, inversionistas potenciales, acreedores, proveedores, agencias reguladoras, etc.).

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.

El curso se divide en dos partes. La primera, se enfoca en los Elementos Principales de los Estados Financieros, y la segunda, en los Elementos Adicionales de los Estados Financieros.

Objetivo

Al finalizar el curso se espera que los estudiantes tengan un dominio apropiado de los conceptos, técnicas, reglas y procedimientos que pueden utilizar los gerentes para reportar los resultados de las operaciones de la empresa a distintas personas o instituciones asociadas con la misma.

GERENCIA DE MERCADEO Y VENTAS

Objetivos Académicos

El curso tiene el propósito de crear las bases y fundamentos de la gerencia de marketing en la empresa.

Su enfoque, aunque de iniciación en el área, es orientado al punto de vista del gerente general, líder y conductor de una empresa u organización.

Consta de veinte sesiones y un examen final y cubre los siguientes temas:

- El marco conceptual del marketing moderno: concepto y área de acción.
- Los elementos constitutivos del plan de marketing:
 - Segmentación, Enfoque y Posicionamiento.
 - Política de producto
 - Política de Distribución
 - Política de Precios
 - Política de Comunicación
- Análisis crítico del plan estratégico de marketing

GERENCIA DE OPERACIONES

Objetivo del curso

Los sistemas operativos incluyen los elementos por medio de los cuales se crean los productos y servicios de cualquier empresa de manufactura, de servicios o de logística. El objetivo fundamental de este curso es el estudio de marcos conceptuales, herramientas y técnicas para familiarizarnos con los sistemas operativos. Les daremos una gran importancia al estudio del desempeño del sistema operativo y su influencia sobre el posicionamiento competitivo de la empresa.

Los gerentes de todas las áreas funcionales de la empresa deben comprender claramente el papel que las operaciones juegan dentro de un negocio y el impacto que la función operativa tiene sobre la competitividad y rentabilidad de la empresa. Una adecuada comprensión de las operaciones será esencial para tomar decisiones adecuadas en asuntos relacionados con la planificación, el diseño, la organización y el control de las instalaciones, equipos y procesos, la adquisición y aprovechamiento de los materiales y equipos, el impacto del recurso humano en las operaciones, la administración del sistema de calidad y en general, la provisión de necesidades operativas para satisfacer las expectativas de los clientes de la empresa.

METODOS CUANTITATIVOS

Objetivos del curso

El objetivo de este curso es proporcionar al estudiante las herramientas cuantitativas necesarias para enfrentar exitosamente las demandas de un programa de maestría en Administración de Empresas. El curso está dividido en dos partes de extensión desigual. En la primera parte, haremos una rápida introducción al tema de probabilidades y decisiones bajo incertidumbre. La segunda parte se destinará al estudio de técnicas estadísticas para el análisis e interpretación de datos. Los ejemplos que discutamos en esta clase para ilustrar las técnicas matemáticas y estadísticas provendrán de muchas áreas de estudio: finanzas, economía, contabilidad, etc.

ANALISIS POLITICO EN LA

Según D. Easton -- entre los grandes de las ciencias políticas contemporánea -- "*facts must be ordered in some way so that we 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 sirven precisamente para lo estipulado por D. Easton, para armar las piezas del rompecabezas, y sobre las base de preguntas derivadas de los propios marcos conceptuales, suponiendo información confiable, determinar la capacidad de un sistema político de tomar decisiones difíciles (las que por lo general están asociados a la cuestión fiscal), y perdurar a pesar de ello.

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. Algunas de las sesiones complementarán aspectos de los que los profesores Trejos y Gutiérrez estarán enseñando en este módulo.

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 dos sesiones clasificadas como de repaso conceptual. Por lo general el tiempo no alcanza, por lo cual, estas sesiones se utilizan para terminar de cubrir el material de las otras sesiones.

EL GERENTE EN EL COMERCIO GLOBAL

Descripción del curso

Este curso es parte de la maestría en administración de empresas, y en particular del módulo dedicado al entorno económico y político de la empresa, simultáneamente a los cursos sobre análisis macroeconómico, análisis político y organización industrial. El objetivo del curso es que el estudiante entienda y maneje los retos y oportunidades que traen a una empresa el comercio internacional y la opción de realizar o coexistir con inversión extranjera, y pueda pensar estratégicamente en un entorno de globalización. Varios de los temas que veremos se coordinan con el contenido de los otros cursos del módulo, en la forma que se detalla en las notas al pie de página del programa.

Objetivos Específicos

Para ese propósito, estudiaremos la teoría de cómo y por qué comercian los países, la forma como las políticas públicas afectan ese comercio, y las decisiones que en ese contexto deben atender las empresas. Analizaremos diversas formas de fenómenos económicos, así como de legislación y políticas, que afectan a la empresa a través de su vínculo con el extranjero. También estudiaremos las distintas maneras como una empresa puede atender un mercado externo, incluyendo la opción de invertir afuera.

Estos temas importan. La mayoría de las compañías relevantes en el mundo participan activamente en el comercio internacional y, cada día más, ven al mundo como su mercado, su competencia, su proveedor y su fuente de fondos. Las políticas públicas y el entorno físico en estas materias cambian más hoy en día que las que afectan otros ámbitos de la economía.

MACROECONOMIA

Objetivo general:

El curso de Macroeconomía Aplicada del MBA tiene como objetivo brindar a los estudiantes herramientas para comprender las características básicas del funcionamiento de economías abiertas y evaluar las implicaciones de la política económica sobre las principales variables macroeconómicas y, a través de ellas, sobre las empresas. En tal sentido, el curso aspira a capacitar al estudiante en la lectura de la política económica, no en su diseño, 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 las restricciones básicas que enfrentan las economías abiertas y las interrelaciones existentes entre las diferentes variables** macroeconómicas, (producción, empleo, inflación, tasa de interés, tipo de cambio) (**Sesiones 1 a 4**). Nos interesa profundizar sobre las principales relaciones macroeconómicas y sobre los factores que explican el comportamiento de las principales variables en el tiempo.

ii) **Analizar las políticas económicas de corto plazo (naturaleza y uso de instrumentos) así como su impacto en las principales variables macroeconómicas, (Sesiones 5 y 6)**. El propósito es comprender los diferentes instrumentos que tiene el Estado para influenciar el desempeño macroeconómico. Nos concentraremos en las políticas fiscal, monetaria y cambiaria, sus espacios de acción y sus efectos sobre la producción, el empleo, el nivel de precios, la tasa de interés y el tipo de cambio.

iii) **Entender el significado de los indicadores económicos y su uso para el diagnóstico y pronóstico de una economía, (Sesión 7)**. Las instituciones gubernamentales publican información frecuente sobre muchos indicadores económicos. En esta sesión nos interesa entender qué nos dicen los diferentes indicadores y cómo podemos utilizarlos para diagnosticar la salud general de la economía.

iv) **Comprender la naturaleza de las restricciones económicas y los procesos de estabilización, (Sesiones 8 a 10)**. Con alguna frecuencia las economías entran en procesos de inestabilidad, los cuales se reflejan en el nivel de precios, el tipo de cambio y del empleo. El propósito de esta sección es analizar sus causas, las diferentes opciones de política disponibles para enfrentar esos procesos y las consecuencias sobre las principales variables económicas que inciden en el comportamiento empresarial.

v) **Comprender los determinantes del crecimiento económico, las estrategias de desarrollo y la necesidad de velar por la estabilidad financiera, (Sesiones 11 a 13)**. En esta sección buscaremos contestar la pregunta de por qué hay países que sistemáticamente crecen más que otros, buscando identificar factores que se encuentran presentes en las economías exitosas, valorando los retos que plantean los procesos de transición de un modelo de desarrollo a otro y los efectos que esos procesos pueden tener sobre las empresas.

vi) **Reflexionar sobre temas de actualidad, incluyendo la crisis financiera internacional.**

MICROECONOMIA Y ORGANIZACION INDUSTRIAL

Objetivo:

El objetivo de este curso es aprender cómo funcionan los mercados.

Gerentes que entienden la dinámica competitiva de los mercados en los que compiten, pueden tomar mejores decisiones y reaccionar más inteligentemente a políticas gubernamentales.

Descripción:

Este curso se divide en tres partes.

1. Mercados competitivos (1-7): Análisis de oferta y demanda y su aplicación a las industrias del aluminio y del banano
2. Poder de mercado (8-11): Equilibrio y políticas de precio en mercados concentrados
3. Interacción estratégica (12-18): Teoría de juegos y el análisis de las industrias del cemento, pinturas, líneas aéreas y motores de búsqueda.

SURVIVOR CAMP

Primera Parte

En la primera parte del Survivor, se trabajará en tres modalidades en igual cantidad de días:

Día 1 (Lunes 21 de Julio): Auto-aprendizaje sobre liderazgo y trabajo en equipo.

Día 2 (Martes 22 de Julio): Aprendizaje por experiencias – taller de cuerdas.

Día 3: (Miércoles 23 de Julio): Aprendizaje en aula – reflexiones sobre liderazgo.

Objetivos de aprendizaje

- 1-Vivir la experiencia del liderazgo y del trabajo en equipo en condiciones de restricción de recursos y tiempo.
- 2-Asumir la responsabilidad (empoderamiento) de avanzar en la consolidación como equipo de alto desempeño sin ayuda externa.
- 3-Generar aprendizaje proactivo sobre liderazgo y cultura de trabajo en equipo con medios creativos, no convencionales y de alto valor.
- 4-Aplicar conceptos sobre liderazgo y equipos para extraer lecciones de valor para la convivencia en la maestría.
- 5- Identificar los pilares de los equipos de alto desempeño, las disfunciones que se pueden presentar en ellos y el papel de los líderes para el fortalecimiento de la cohesión interna.
- 6- Analizar los componentes de la inteligencia emocional y su efecto en el liderazgo y el desarrollo de equipos.

Segunda Parte

La segunda parte del Survivor Camp se enfoca en aprendizaje de experiencias. Los participantes van a trabajar en equipos durante un día y una noche. En el segundo día ellos van a pensar sobre sus experiencias en base a teorías.

Objetivos de aprendizaje

- Los estudiantes aprenderán a liderar equipos en situaciones extremas.
- Los estudiantes aprenderán cómo manejar emociones en un equipo en situaciones de alta presión.

CONTABILIDAD GERENCIAL

Descripción del curso

Los sistemas de contabilidad gerencial proporcionan información valiosa para la planificación, gestión y control. Por ejemplo, las organizaciones utilizan información relevante acerca de costos para decidir qué productos para mantener y que productos suspender, para determinar las mejoras en la productividad y para la evaluación y control. Un sistema de contabilidad gerencial mal diseñado puede conducir a costosos errores en la toma de decisiones.

La intensa competencia ha obligado a las empresas a mirar hacia adentro para ser más rentable. La asignación con precisión de los diversos costos a los productos es cada vez más importante a medida que los márgenes de los productos se comprimen. Los entornos de fabricación también han experimentado cambios significativos. Para apoyar la toma de decisiones en estos nuevos entornos, los sistemas de contabilidad de costos también tienen que ser rediseñados.

A través de una serie de estudios de casos complementados por algunas presentaciones, este curso presenta a los estudiantes los últimos avances en la contabilidad gerencial y pone de relieve insumos para el diseño de sistemas de costos. Los casos cubren una variedad de situaciones de toma de decisiones e ilustran el papel de la información interna en estos entornos.

Este curso está destinado a ayudar al estudiante a utilizar la información contable para la toma de decisiones estratégicas, tácticas, y operativas con un enfoque en la gestión de costos estratégicos. En concreto, su objetivo es desarrollar y mejorar la comprensión de la naturaleza de los costos y la información contable en las organizaciones, su capacidad de utilizar esa información en la toma de decisiones acertadas y su habilidad en la evaluación de las consecuencias de estas decisiones.

ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Este curso trata sobre la formulación de estrategias de negocios, que es la responsabilidad de la alta gerencia de las organizaciones. Como tal, la perspectiva adoptada es la del gerente general quien debe estar preocupado del éxito de la empresa. Ya 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 las materias de las áreas funcionales. Este curso trata sobre estrategias de negocios; el curso de Estrategia Corporativa trata sobre decisiones estratégicas en empresas diversificadas, con múltiples negocios.

Estrategia Empresarial es también útil para los gerentes de las áreas funcionales. Dado el continuo incremento en complejidad y especialización de las organizaciones, es importante que estos gerentes adquieran la capacidad de percibir la organización como un todo, que tengan un sentido de su misión, su carácter y su dirección. Si los especialistas funcionales no conocen o no entienden el propósito de la empresa, difícilmente podrán contribuir a lograrlo.

Con el objetivo de captar lo multifacético y pragmático de la tarea del gerente general, así como la complejidad de su trabajo, el curso será enseñado por el método de casos. Se utilizarán además, lecturas y mini-conferencias. El objetivo es que el estudiante desarrolle su propia síntesis y enfoque personal para identificar y resolver los problemas estratégicos que enfrenta la alta gerencia de la organización.

Objetivos de Aprendizaje:

Al terminar este curso, el estudiante deberá:

1. Entender qué es estrategia empresarial, conforme las definiciones más aceptadas.
2. Poder definir la industria relevante para una empresa, evaluar las fuerzas competitivas que muevan distintos sectores industriales y comprender la interacción dinámica entre el entorno macro económico y político, el comportamiento dentro de la industria y estrategia empresarial.
3. Entender el concepto de posicionamiento estratégico, poder identificar y evaluar la competitividad de una posición estratégica dentro de una industria y haber adquirido las habilidades para formular estrategias competitivas que sean sostenibles.
4. Poder identificar, desarrollar, proponer y defender opciones de crecimiento en un negocio.

GERENCIA DE FINANZAS/STRATEGIC FINANCE

Objetivos del curso

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

Específicamente al concluir este curso se espera que el participante pueda:

- Comprender los problemas prácticos en la administración del capital de trabajo de una empresa
- Entender las ventajas y limitaciones de metodologías para evaluar y priorizar inversiones de largo plazo
- Dominar las técnicas básicas de valoración de empresas y conocer los errores más frecuentes que se cometen
-

Este curso cubrirá además brevemente temas importantes como la eficiencia y la irracionalidad de los mercados financieros y decisiones de estructura de capital

STRATEGIC MARKETING

Estructura y objetivos del Curso:

Este curso consta de diez sesiones y una prueba final.

Su eje conceptual rector es el desarrollo y pulimento del pensamiento crítico, analítico y estratégico dentro del entorno del marketing. Expande y avanza el curso de marketing tomado ya por ustedes

- Su enfoque es hacia la tarea de la alta dirección de una empresa u organización. Es eminentemente estratégico en contraposición al marketing operativo o de mera aplicación de herramientas.
- Establece la interrelación simbiótica que existe entre marketing y las demás áreas funcionales de la empresa. Específicamente con:
 - o Finanzas Corporativas (Manejo del Capital de Trabajo y del Flujo de efectivo)
 - o Operaciones (Procesos Productivos y Gerencia de Servicios)
 - o Contabilidad y Control Gerencial
 - o Sistemas de Información y Tecnología
 - o Gestión del Capital Humano.
- El entorno internacional y global en que operan las empresas en los mercados

STRATEGIC OPERATION

Este medio curso es una continuación de los temas aprendidos en el curso de Gerencia de Operaciones. Mientras el primer curso se enfocó en las características de los entornos operativos, este segundo curso se enfoca en la Dinámica Operacional, con particular énfasis en temas relacionados con el flujo en las operaciones. Se estudiarán los fundamentos de la filosofía lean y se presentarán algunos elementos analíticos necesarios para entender ese paradigma desde una óptica cuantitativa.

Objetivos

Como objetivo general, el curso pretende proporcionar a los estudiantes una comprensión de la dinámica operacional y los paradigmas de la filosofía de flujo en las operaciones.

Al final del curso el estudiante:

1. Comprenderá la interacción entre el diseño y características de un proceso y diferentes métricas y parámetros de rendimiento de una operación y la relación de estas métricas con la estrategia de la firma.
2. Entenderá los heurísticos básicos relacionados con la programación de una operación.
3. Comprenderá los elementos principales de la producción justo a tiempo, la producción sincronizada, la producción en celdas, y la producción por flujo en el contexto de operaciones de fabricación y de servicios.
4. Tendrá noción del concepto de six sigma y de gestión de calidad en los procesos operativos. Entenderá el encaje entre los parámetros de diseño de los procesos y la estrategia de la empresa.

CREANDO VALOR CON VALORES

Descripción del curso

“Creando valor con valores” examina el impacto de las actuales tendencias ambientales y sociales en las estrategias empresariales. Las expectativas y las presiones externas que enfrentan las empresas cambian constantemente. El curso explora cómo el desempeño social y ambiental va—o no va—de la mano con el desempeño de los negocios en una economía global y cómo las organizaciones pueden desarrollar e implementar estrategias de responsabilidad social empresarial.

Contenido del curso

El curso abordará varios temas relacionados con la sostenibilidad desde la perspectiva de las empresas y que buscan capacitar a los estudiantes sobre las formas para crear valor a partir de estrategias ambientales y sociales. Dado que muchos de los esfuerzos en este sentido, fallan no en el planeamiento sino en la implementación, el curso busca también analizar diferentes dimensiones de este proceso.

ETICA Y SOCIEDAD II

La clase enfatiza:

1. El gobierno corporativo – la responsabilidad ética de las empresas y
2. al individuo – cómo los gerentes de las empresas (sobre todo los gerentes nuevos) pueden navegar eficazmente a través de los retos éticos del mundo real que posiblemente enfrentarán y

Mediante el uso de documentales y casos basados en *retos éticos reales* que han enfrentado las empresas y las personas que las dirigen, artículos y lecturas clásicas sobre ética, derecho, economía y ciencias sociales, y

1. debates guiados, los estudiantes:
 - Considerarán con cuidado la obligación ética y social de las empresas (y si el capitalismo es incompatible con la ética).
 - Confrontarán algunos retos éticos del mundo real que enfrentan las organizaciones y los líderes que las dirigen.
 - Estarán expuestos a algunas herramientas poderosas, realistas y prácticas para navegar a través de estos retos.
 - Confrontarán a fondo sus propios valores y cómo estos valores se pueden comprometer o mejorar en el futuro.

Los temas y conceptos cubiertos en el curso fueron seleccionados con base en su importancia para la práctica administrativa, su significado teórico y su pertinencia para los estudiantes.

LIDERAZGO RESPONSABLE

En este curso, usted aprenderá a analizar, desde un punto de vista práctico, la Responsabilidad Social Empresarial (CSR). Este análisis es necesario para definir el papel que pueden desempeñar las empresas en los países emergentes y particularmente, en los mercados de la base de la pirámide (BoP).

Objetivos de aprendizaje

En los cursos anteriores del módulo “Crear valor para todos”, usted estudió teorías y casos sobre sostenibilidad, ética y sobre cómo puede la sostenibilidad apoyar la creación de valor económico. En este curso, usted utilizará esos conceptos, teorías y casos para reflexionar sobre las soluciones a los desafíos reales de la compañía nicaragüense: Centrolac teniendo en cuenta las necesidades de sus stakeholders.

Los objetivos de este taller de valor compartido son:

- 1 Aplicar los conocimientos aprendidos en los cursos del campamento “Creación de Valor para Todos” (Ética y Sociedad 1 & 2; Responsabilidad Social Empresarial; Desarrollo Sostenible) sobre las dimensiones sociales y económicas del cambio global y del cambio de empresas.
- 2 Aprender metodologías que tienen su enfoque en las herramientas de Design Thinking y Business Model Innovation.
- 3 Participar en un caso real generando soluciones innovadoras de negocios que atiendan necesidades básicas de una empresa que trabaja en el segmento BoP.

ANEC (PENSAMIENTO CRITICO Y TOMA DE DECISIONES)

El curso de Decisiones Gerenciales será impartido a lo largo del año 2014 y comprende dos partes: la primera parte tiene 7 sesiones de clase y la segunda parte tiene cuatro módulos de cuatro sesiones cada uno con dos sesiones de cierre del curso hacia el final del año.

Se asignarán cinco análisis escritos de casos a lo largo del curso: uno se asignará en la primera parte del curso y los restantes cuatro se asignarán en cada uno de los módulos de cuatro semanas. Al final habrá un examen escrito. En este documento se presenta la descripción de la primera parte del curso.

Objetivos de Aprendizaje

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.
3. Aplicar los conocimientos de las diferentes disciplinas estudiadas a lo largo del primer año en el análisis de casos más complejos
4. Integrar el curso de Decisiones Gerenciales con otros cursos del Primer Año

CAMBIO ORGANIZACIONAL Y RRHH

Bienvenido al curso Cambio Organizacional. Este curso tiene por objeto introducir al estudiante a los factores de la organización –como estructura organizacional, manejo estratégico de recursos humanos, e implementación de procesos de cambio- que son esenciales para el logro de un alto desempeño en empresas comerciales, instituciones públicas, u organizaciones sin fines de lucro. Mejorar el desempeño implica incrementar la productividad y estimular la innovación. Rara vez, una mejora se puede lograr en la organización sin introducir cambios. Para conseguir un cambio en las organizaciones, el gerente debe de tener las habilidades para realizar tres tareas: (i) diagnosticar la situación, (ii) diseñar intervenciones que aborden las causas de los problemas que se plantean en el diagnóstico, y (iii) ejecutar las iniciativas de cambio que tengan en cuenta las limitaciones de la organización y las fuentes de resistencia al cambio. El desarrollo de esas habilidades es el objetivo fundamental de aprendizaje de este curso.

Objetivos de Aprendizaje

1. Diagnóstico: El estudiante debe ser capaz de diagnosticar problemas organizacionales. Las causas de estos problemas pueden encontrarse en estructuras, políticas, y prácticas que no permiten alcanzar un alto desempeño en las tareas esenciales. Para realizar un diagnóstico efectivo, se requiere la comprensión de las relaciones causales, de los objetivos perseguidos por la gerencia y de las tareas que deben realizarse para cumplir esos objetivos.
2. Diseño: El estudiante debe ser capaz de diseñar cambios en el contexto de la organización (estructura y sistemas) que aborden las causas identificadas en su diagnóstico de la situación. Para ello será necesario comprender las ventajas y desventajas de las alternativas de diseño.
3. Ejecución: El estudiante debe entender las limitaciones que existen dentro del contexto de la organización y su plan de implementación debería incorporarlas adecuadamente.

CONTROL GERENCIAL

Información General

Cuando hablamos de Control Gerencial nos referimos a la Gestión Operativa y Estratégica de una organización, sea esta con fines o sin fines de lucro. Ambas instituciones tienen estrategia y deben desarrollar un conjunto de actividades orientadas a lograr los objetivos estratégicos y operativos, que consumen recursos, mismos que deben ser administrados en forma efectiva y eficiente.

La gestión estratégica está relacionada con todas actividades y decisiones que tienen que ver con el mediano y largo plazo, mientras que la gestión operativa se orienta al aseguramiento de que se logren los objetivos de corto plazo para lograr los objetivos estratégicos de la empresa.

Objetivos del curso:

Comprender los diferentes elementos que conforman un sistema de gestión empresarial

Analizar los sistemas básicos de control, sus ventajas y desventajas
Entender los procesos de planificación e implementación de la estrategia y su gestión
Comprender la importancia que tiene el control interno COSO-ERM, en la gestión para el aseguramiento del logro de los resultados esperados

CULTURA Y VALORES

Descripción del contenido

Después del curso de Comunicación gerencial y liderazgo, continuaremos desarrollando las capacidades de escucha y reflexión, a la vez que las destrezas analíticas con respecto al comportamiento humano. El cine, la filosofía y la literatura se utilizan para desarrollar habilidades de observación e interpretación de los seres humanos y para suscitar la reflexión personal sobre aspiraciones, éxitos, fracasos y responsabilidades. A la vez, se comentan aspectos estéticos de las obras que se estudian y se impulsa la argumentación y el análisis acerca de asuntos culturales.

Objetivos de aprendizaje

Objetivo general:

Impulsar el análisis y la reflexión acerca de las personas y su potencial de liderazgo, dentro de un contexto cultural específico, desde perspectivas múltiples.

Objetivos específicos:

1. Fomentar la inclusión deliberada de la dimensión moral, psicológica, social y cultural dentro de la toma de decisiones.
2. Afinar la capacidad de percepción y análisis de fenómenos de carácter humano.
3. Incluir nuevos aspectos al examen del liderazgo.

ENTREPRENEURSHIP CAMP

Descripción del Curso

El empresarismo es un estilo de gerencia que involucra perseguir oportunidades sin tomar en cuenta los recursos bajo el control del emprendedor. En una economía mundial globalizada y en un entorno incierto y cambiante, pensar emprendedoramente es parte esencial del rol del gerente.

La actividad emprendedora ha florecido en formas inesperadas a veces generando nuevas tecnologías más eficientes y efectivas y productos más competitivos que aquellos generados en corporaciones grandes y tradicionalmente manejadas. El empresarismo es visto entonces más como una forma de gerencia y no como una función económica o un grupo de características personales.

El concepto de empresarismo es amplio y va desde mejoras en productos y servicios existentes hasta la creación de productos y servicios totalmente nuevos. El propósito de estos nuevos emprendimientos también puede referirse a objetivos que van desde objetivos privados hasta objetivos sociales donde personas creativas y motivadas vuelcan su propia pasión emprendedora para resolver problemas y retos sociales.

El curso empresarismo e Innovación ha sido diseñado con el propósito de promover el desarrollo de lo que se conoce como la mentalidad emprendedora y pretende además contribuir al entendimiento de lo que significa volverse un emprendedor, un individuo que está dispuesto a aceptar los prospectos de complejidad, contradicción y cambio.

Objetivos del curso

Al finalizar el curso se espera que el estudiante:

1. Piense sobre el nuevo emprendimiento desde la perspectiva de sus varios stakeholders – el emprendedor, los inversionistas, los gerentes y empleados, los proveedores y los clientes.
2. Use el pensamiento crítico y la introspección para reflexionar sobre el reto de ser un emprendedor.

IMPLEMENTACION Y LIDERAZGO I

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.

INNOVACION

Objetivos de Aprendizaje

General

Al terminar el curso el estudiante podrá integrar sus conocimientos sobre gerencia al ámbito de la innovación y también podrá reconocer los retos gerenciales que implica crear y gestionar una organización con capacidad de innovar continuamente.

Específicos

1. Familiarizarse con los temas actuales de gestión estratégica de la innovación tales como redes de innovación, “outsourcing” de ideas, innovación abierta, etc.5
2. Entender el impacto que los cambios en el entorno están teniendo sobre la necesidad de innovar de las organizaciones, así como las grandes oportunidades y amenazas que trae consigo el cambio tecnológico.
3. Familiaridad con distintas formas de generar y gestionar ideas
4. Desarrollar criterios para seleccionar posibles cursos de acción ante distintos tipos de innovación.
5. Reconocer las capacidades necesarias para poder diseñar y gestionar procesos de innovación, incluidas las relacionadas con las nuevas formas de T.I.
6. Comprender el vínculo entre estrategia, capacidad de innovación y los retos de alinear a ellas la plataforma tecnológica y el talento humano requerido para tener los procesos confiables y flexibles.

LIFE SKILLS CAMP**Descripción**

Orientar y acompañar a los estudiantes en aspectos claves valorados por las organizaciones que reclutan Incaístas y que a su vez promueven el desarrollo de destrezas individuales y grupales para el trabajo en equipo, comunicación y liderazgo en los grupos de estudios durante el Programa. Entre los temas a tratar están: Career Coaching (Individual y grupal), Plan de carrera, CV, Personal Branding, Networking, Salarios, Entrevista de trabajo, Etiqueta en la Mesa, Etiqueta Personal, Cultura del Vino y Experiencias de Incaístas (Executive Series).

NEGOCIACION

Enfoque del Curso

Este curso trata sobre la negociación y la resolución de conflictos. Se basa en un método sencillo pero poderoso para satisfacer nuestros intereses en situaciones complejas e inciertas. El enfoque, basado en la experiencia de negociadores exitosos por el Proyecto de Negociación de Harvard, es estratégico. Si bien los estilos, las movidas tácticas y los sacos de trucos pueden brindar cierta ventaja pasajera en el regateo, generalmente no conducen al objetivo de una negociación en el entorno empresarial, donde las relaciones con proveedores, clientes y otros stakeholders tienden a ser de largo plazo. Ese objetivo es producir un acuerdo sensato en de una manera eficiente y que no rompa las relaciones entre las partes.

Objetivos de Aprendizaje

El principal objetivo de este medio curso es entender el método de “negociación de principios” y poder utilizar las técnicas relacionadas con este método, para logra resultados: la satisfacción de sus intereses legítimos, sin ceder frente a la presión o la intimidación. Hay además cuatro objetivos específicos:

1. Incrementar la comprensión del estudiante de las percepciones e intereses de otras partes en la negociación, a fin de buscar opciones para crear y distribuir valor.
2. Desarrollar la capacidad del estudiante, analizar situaciones de conflicto complejas donde puede haber múltiples temas y múltiples actores con intereses ocultos, donde hay pocos benchmarks y donde las opciones también son múltiples.
3. Fortalecer, entre los estudiantes, las habilidades de la comunicación y el trabajo en grupo eficaz.

BRAND MANAGEMENT

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 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:

- Realizar una auditoria o evaluación del valor de la marca. Qué factores influyen en el valor de la marca y cómo medirlos, tanto cualitativa como cuantitativamente.

- 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.

ESTRATEGIA DE OPERACIONES

Descripción del curso:

Si bien el grado de cumplimiento deseado de la función de operaciones requiere de la participación y el compromiso de gran parte de los miembros de una organización, la responsabilidad por los resultados de la gestión de las operaciones recae directamente en la alta gerencia. Por esta razón, en este curso se discute a profundidad el tema de las operaciones y sus implicaciones estratégicas en diversos ámbitos dentro y fuera de la organización.

El curso de Estrategia de Operaciones cubre los desafíos operacionales más allá de los tópicos cubiertos en los dos cursos introductorios de operaciones, recorriendo una amplia gama de negocios y geografías, enfocándose en la creación y captura de valor a través de diferentes estrategias de operaciones.

Los estudiantes aprenderán y discutirán marcos que les permitan mapear y analizar las demandas de diferentes ambientes competitivos, sintiéndose cómodos con diversas estrategias operativas. También aprenderán cómo dichas estrategias deben ser diseñadas para alinearse con los requerimientos de varios ambientes competitivos, así como con la estrategia de la organización.

Se cubrirán diversos conceptos, herramientas y técnicas para enfrentar temas como el diseño y evolución de los ambientes operacionales, la selección e implementación de nuevas tecnologías, y la creación de sistemas de operaciones que efectivamente conecten las operaciones con el resto de la cadena de valor. El curso dará un fuerte énfasis en proporcionarles a los estudiantes las herramientas que necesitarán para participar efectivamente en estas decisiones.

Objetivos de aprendizaje

General

Capacitar a los futuros graduados de la Maestría del INCAE para que puedan tomar decisiones estratégicas en el área de operaciones, tanto en los ámbitos de manufactura como de servicios.

Específicos

1. Comprender la importancia estratégica del área de operaciones a la luz de la diversidad tanto de entornos productivos como competitivos
2. Desarrollar los aspectos conceptuales y prácticos de la estrategia de operaciones
3. Estudiar las herramientas modernas disponibles para gestionar estratégicamente las operaciones
4. Conceptualizar la importancia de las dimensiones competitivas y las categorías de decisión que caen en el ámbito de operaciones
5. Diseñar estrategias operacionales para enfrentar los desafíos competitivos
6. Integrar la estrategia de operaciones con la estrategia de la organización y las otras estrategias funcionales.

FINANZAS AVANADAS

Descripción del curso

La evolución de las finanzas corporativas en el Siglo XXI ha sido vertiginosa. La convergencia con la gestión de riesgos en el proceso de estructuración financiera continúa cambiando la manera como aproximamos las decisiones gerenciales. Este desarrollo no habría sido posible sin el progreso de la ingeniería financiera y nuestra comprensión de nuevos y más sofisticados métodos de valoración de instrumentos financieros exóticos.

Pero como todo Dr. Jekyll tiene un Sr. Hyde, estos impresionantes avances estuvieron en el corazón de la crisis financiera que dio origen a la actual gran recesión. En este contexto, es importante rescatar entonces los principios de gestión de riesgos y gobierno corporativo, en el marco de la estrategia financiera de la empresa. El curso de Finanzas Avanzadas está orientado a desmenuzar todos estos temas de una forma práctica, pero al mismo tiempo rigurosa.

Objetivos de Aprendizaje

Después de tomar el curso se espera que los estudiantes:

1. Puedan analizar la estrategia financiera de la empresa, en particular las decisiones de estructura de capital, pago de dividendos, y la gestión integral de riesgos.
2. Conozcan los Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo, incluyendo la situación de los accionistas minoritarios en la Región.
3. Comprendan los principios básicos de la estructuración financiera, en particular de Project Finance, Titularización y los Mecanismos de Mejora Crediticia.
4. Entiendan como usar teoría de opciones para valorar instrumentos y transacciones complejas a través de la aplicación de la ingeniería financiera.

FINANZAS INTERNACIONALES

Descripción del Curso

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.

El curso de Finanzas Internacionales 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. 2.

Objetivos

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 principios fundamentales de la tributación multinacional
- b) Entender los efectos financieros, problemas relacionados y las alternativas disponibles para manejar la exposición cambiaria en empresas multinacionales
- c) Desarrollar la habilidad del estudiante para valorar empresas y proyectos en un contexto internacional
- d) Familiarizarse con las opciones de financiamiento que tienen las empresas en un mundo globalizado

INTERNATIONAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AND SUSTAINABILITY

Descripción del curso

Las empresas ya no pueden competir eficazmente en aislamiento de sus proveedores y otras entidades de la cadena de suministro. El interés en el concepto de gestión de la cadena de suministro ha aumentado de forma constante desde la década de 1980 cuando las empresas vieron los beneficios de colaboración y comunicación dentro y fuera de su propia organización. El concepto de gestión de la cadena de suministro no reemplaza las asociaciones de proveedores, ni es una descripción de la función logística. Grupos de la industria están trabajando juntos para mejorar los procesos de integración de la gestión de la cadena de suministro y acelerar los beneficios disponibles a través de la implementación exitosa (Lummus y Vokura, 1999). Este curso ayuda a comprender la importancia de vincular la estrategia competitiva de la cadena de suministro de una empresa para su estrategia y directrices para la exitosa gestión de la cadena de suministro de los negocios en general, se le proporcionarán. Además, se discutirá la importancia de pensar en "las cadenas de suministro" con el fin de lograr productos verdaderamente sostenibles y para apoyar el desarrollo sostenible.

Objetivos de aprendizaje

- I. Entender el papel de la Gestión de la Cadena de Suministro en la estrategia global de una empresa.
- II. Identificar los factores clave de éxito en las cadenas de suministro, eficaces y eficientes.
- III. Entender la importancia de una coordinación y el intercambio de información entre los diferentes miembros de una cadena de suministro avanzado.
- IV. Conocer los pasos de un proceso de planificación de éxito que involucran adquisición de materias primas, plan maestro de producción y terminó una buena distribución.
- V. La importancia de la Gestión de la Cadena de Suministro para el desarrollo sostenible y para el bien público.

LIDERAZGO AVANZADO

Objetivos del curso

- 1) Fortalecer los conocimientos de los estudiantes acerca del liderazgo organizacional a partir de recientes avances en el tema
- 2) Mejorar las destrezas de los estudiantes para aplicar los nuevos conocimientos en la solución y análisis de problemas de liderazgo organizacional de importancia en la actualidad
- 3) Impulsar las actitudes apropiadas para el liderazgo organizacional eficaz.
- 4) Familiarizar a los estudiantes con varias de las más notables perspectivas de liderazgo organizacional de reciente desarrollo, que son consideradas aportes valiosos al entendimiento de lo que es liderazgo en la organización.

WOMEN AND LEADERSHIP

Course description

Today women represent almost half of the work force in the US and Latin America, but *striking gender inequality exists in positions of leadership*. Less than 10% of top leadership positions in public, civic and private sector (and less than 2% of corporate board positions) are held by women. Given the clear link between gender diversity and financial performance, finding ways for both individual and organizations to harness female leadership potential is critical.

The purpose of the course is to explore the intersection of gender, leadership and organizational behavior as it has evolved within the social and economic context of the US and Latin America in order to 1) map the cultural, psychological and organizational factors that impact women's professional progress and 2) outline individual and organizational best practices in promoting more women to leadership.

This class is strongly recommended for both men and women. The critical organization challenge of the 21st century involves capitalizing on the leadership potential of the entire workforce. Leaders prepared to understand and overcome the barriers faced by half their workforce will have a competitive advantage.

Primary learning objectives

1. Provide "business case" for diversity in leadership; why is it necessary?
2. Develop a theoretical framework for understanding gender issues in organizational leadership – what are the psychological, cultural and organizational factors that hold women back?
3. "Best Practices" in promoting diversity
4. Prepare both genders for the challenges/opportunities they will face leading diverse organizations in the 21st century
5. Ensure INCAE MBAS are on forefront of the most critical talent management issue of 21st century

ENGLISH FOR MANAGER I

Specific Aim

- Expand Ss' specific knowledge in a professional career, online buying & selling, how a company works and analyzing of great ideas.
- Conversation and dialogue exchange, reading and listening of recordings with emphasis on vocabulary, pronunciation and vast comprehension of the previously mentioned topics.
- Development and practice of telephone contacting abilities.
- Group study in order to analyze and improve a video entertainment company, travel agency, chocolate factory and textile factory specific issues.
- Grammatical emphasis on Modals, verb and noun combinations, present simple and continuous.

ENGLISH FOR MANAGER II

Specific Aim

- Increase knowledge and ability in order to talk about and listen to recorded topics about stress, entertainment, marketing, business logistics planning and employee management.
- Participation in groups in order to present ideas on how to reduce corporate stress, organizing a business conference, relaunching a product into the market, and how to improve corporate work groups. Video presentations in order to increase understanding of these issues.
- Reading and comprehensive understanding of how to change careers, corporate entertainment on CNN, young managers and analysis of a commercial about Channel No. 5.
- Review vocabulary related to stress, business breakfast, lunch and dinner, socialize through informal conversation.
- Focus on grammar, past simple and continuous, past simple and present perfect, and multi word verbs.

ENGLISH FOR MANAGER III

Specific Aim

- Develop a comprehensive understanding regarding conflicts in business, starting a business and products in a market through specific videos, audio and vocabulary.
- Listen and analyze interviews and readings from management and new business consultants, and people talking about the best products they have purchased.
- Video presentations in order to analyze and summarize content, all related to specific topics.
- Ss Presentations on how to recommend, negotiate and implement business improvement tactics.
- Grammar focus on the use of Conditional words, time clauses and adjectives in order to describe products.

ENGLISH FOR MAGANERS IV

Specific Aim

- Improve knowledge of brands, travel, organizations and change, with a business focus on these through targeted vocabulary, compositions, audio recordings and videos.
- Read issues on outsourcing, flexibility in the workplace, and changes in retail sales.
- Role playing of workshops, telephone arrangements and agreements, and practicing how to network in a social environment in business.
- Grammar focus on noun combinations, expressing the future, and the present simple and continuous.

ENGLISH FOR EXECUTIVES I

Specific Aim

- Increase knowledge of money matters, advertising, culture, employment and trade through writing, reading, and vocabulary and group discussion.
- Strengthen skills on handling (vocabulary) business figures, successful promotions, analysis and understanding of achieving and managing a culturally diverse staff successfully.
- Negotiations, discussions on globalization, describe best and worst experiences in the corporate environment and plan a visit for foreigners and introducing them to an advertising program.
- Grammar focus on articles, words used in advertising, business relationships and words used in global trade.