INCAE BUSINESS SCHOOL

Registros Acdémicos

Catálogo de Cursos

Master in Business Administration

Año Graduacion 2019

Del módulo PREP al módulo 09MO

Módulo : PREP

Fecha Inicia : 2/22/2018 **Fecha Finaliza :** 2/28/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ADMI 4001	Cursos Pre-Mba	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0	0	[Jose Torres]

Descripción:

1. MÉTODOS CUANTITATIVOS

Objetivo
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 aproximadamente igual extensión. La primera parte se destinará al estudio de conceptos básicos de probabilidad. 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.

2. INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD

Descripción del curso
Este curso es una introducción a la contabilidad donde nos enfocaremos en entender los conceptos más importantes del proceso de la contabilidad para la creación de los Estados Financieros. Durante este curso estaremos creando asientos contables, mayorizaciones y elaborando los estados financieros principales, todos de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y las normas internacionales de contabilidad. Debido a que la clase se compone de estudiantes con distinto conocimiento de contabilidad, este curso se persigue el objetivo fundamental de nivelar estos conocimientos a un grado que les permita, a las personas con menor conocimiento, el desenvolverse con soltura en los cursos subsiguientes.

Objetivo General del Curso
El objetivo de este curso es dotar a los estudiantes de conceptos básicos de contabilidad principalmente sobre los estados financieros y los procesos básicos de contabilidad.

Objetivos Específicos
1. Entender el concepto de los estados financieros básicos: el balance general, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo.
2. Comprender el proceso contable y desarrollar las habilidades para la elaboración de los estados financieros básicos.
3. El estudiante puede reconocer y describir las principales mecánicas contables y las cuentas que componen los principales Estados Financieros.

Organización y contenido
La primera parte del curso enfatizará el proceso de preparación de los Estados Financieros de una empresa y las mecánicas de teneduría de libros contables. La idea es que los estudiantes desarrollen la habilidad de comprender como las acciones gerenciales impactan los Estados Financieros. La segunda parte del curso enfatiza una revisión de las principales características y cuentas de los tres Estados Financieros fundamentales.

3. MATEMÁTICAS FINANCIERAS

Descripción del curso
Este curso es una introducción a la contabilidad donde nos enfocaremos en entender los conceptos más importantes del proceso de la contabilidad para la creación de los Estados Financieros. Durante este curso estaremos creando asientos contables, mayorizaciones y elaborando los estados financieros principales, todos de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados y las normas internacionales de contabilidad. Debido a que la clase se compone de estudiantes con distinto conocimiento de contabilidad, este curso se persigue el objetivo fundamental de nivelar estos

Módulo : PREP

Fecha Inicia : 2/22/2018 **Fecha Finaliza :** 2/28/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

conocimientos a un grado que les permita, a las personas con menor conocimiento, el desenvolverse con soltura en los cursos subsiguientes.

Objetivo General del Curso
El objetivo de este curso es dotar a los estudiantes de conceptos básicos de contabilidad principalmente sobre los estados financieros y los procesos básicos de contabilidad.

Objetivos Específicos
1. Entender el concepto de los estados financieros básicos: el balance general, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo.
2. Comprender el proceso contable y desarrollar las habilidades para la elaboración de los estados financieros básicos.
3. El estudiante puede reconocer y describir las principales mecánicas contables y las cuentas que componen los principales Estados Financieros.

Organización y contenido
La primera parte del curso enfatizará el proceso de preparación de los Estados Financieros de una empresa y las mecánicas de teneduría de libros contables. La idea es que los estudiantes desarrollen la habilidad de comprender como las acciones gerenciales impactan los Estados Financieros. La segunda parte del curso enfatiza una revisión de las principales características y cuentas de los tres Estados Financieros fundamentales.

Módulo : M04P

Fecha Inicia : 2/22/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
LDER 6033	Liderazgo I	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[German Retana] [Margaret Rose Grigsby] [Héctor Augusto Martínez]

Descripción:

Módulo : M08P

Fecha Inicia : 2/22/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
LDER 6034	Liderazgo II	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Margaret Rose Grigsby] [Héctor Augusto Martínez]

Descripción:

Módulo : M04P

Fecha Inicia : 2/22/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ETIC 6012	Ética Empresarial	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Susan Clancy]

Descripción:

METO 6001	Pensamiento Crítico y Toma de Decis I	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Julio Sergio Ramirez] [Manuel Santos]

Descripción:

ENG 6049	English for Managers	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	1	2	[Alexandra Esquivel] [Juan Carlos Montiel]

Descripción:

Módulo : 01MO

Fecha Inicia : 2/22/2018 **Fecha Finaliza :** 3/9/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ADMI 6160	Introducción a la Administración de Nego	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0.5	1	[Jose Nicolas Marin]

Descripción:

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.

Módulo : 02MO

Fecha Inicia : 3/12/2018 **Fecha Finaliza :** 4/27/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
METD 6008	Métodos Cuantitativos Avanzados	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Felipe Perez]

Descripción:

El curso de Métodos Cuantitativos está dividido en tres secciones principales. En la primera de ellas se hace un breve repaso de conceptos básicos que serán utilizados en las dos secciones siguientes. En la segunda sección se estudia el modelo de Regresión Lineal de mínimos cuadrados ordinarios y el tema de pronóstico de series de tiempo después de haber estudiado los modelos de pronóstico causal. En la tercera sección se trata el tema de toma de decisiones bajo situaciones de Riesgo e Incertidumbre.

Objetivos Generales:

Estudiar conceptos básicos de matemáticas, econometría y teoría de decisiones aplicados a los negocios a través del uso de ejercicios y casos.

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 en problemas de la vida real.

COMU 6010	Comunicación y Liderazgo	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[María Elena Carballo]

Descripción:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Reforzaremos la habilidad para planear nuestra comunicación y para tomar decisiones en cuanto a su forma y contenido. Veremos, así, cómo apoyarnos en nuestra escritura y habla para persuadir y ganar influencia. Juzgamos la comunicación, entonces, en función de sus resultados sobre la acción de los demás; para ello, 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 ante los demás.

También discutiremos en clase textos y filmes clave de la cultura occidental para reforzar nuestro conocimiento de los demás, de nosotros mismos y del poder de los relatos (storytelling). Fomentaremos la

Módulo : 02MO **Fecha Inicia :** 3/12/2018 **Fecha Finaliza :** 4/27/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

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 podría dejar de lado. Haremos énfasis en cómo desarrollar un lenguaje que tenga impacto sobre los demás.

Diseñamos el curso para desarrollar flexibilidad, auto-conocimiento y capacidades de reflexión y comunicación con respecto a los demás. Este curso supone que antes de tomarlo escribimos y nos expresamos oralmente de manera correcta. La corrección se toma en cuenta al calificar los trabajos, pero este no es un curso sobre cómo escribir y hablar correctamente, ni en la propia ni en una segunda lengua. Se trata de ser más persuasivos y de tener mayor influencia y, para ello, proponemos algunos formatos y estrategias de comunicación.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Objetivos generales:

- Mejorar habilidades y destrezas para la persuasión.

- Analizar diferentes tipos de personas y sus comunicaciones a través de la literatura y el cine con el fin de conocernos y conocerlos mejor y tener influencia sobre ellos.

Objetivos específicos:

Desarrollar las habilidades de análisis de situaciones en las cuales la comunicación juega un papel importante para el liderato.
Desarrollar destrezas de argumentación y persuasión para recomendaciones y propuestas.
Presentar y discutir temas acerca del comportamiento de las personas a las cuales aspiramos a liderar, a través de la literatura y el cine.
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 y sus instancias comunicativas.

CONT 6041	Contabilidad Financiera	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Luis Noel Alfaro]

Descripción:

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

Módulo : 02MO **Fecha Inicia :** 3/12/2018 **Fecha Finaliza :** 4/27/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

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.
II. 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.

ITEC 6070	Transformación Digital I	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Juan Carlos Barahona]

Descripción:

La segunda década de este siglo trajo retos y oportunidades extraordinarios, asociados 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

Módulo : 02MO **Fecha Inicia :** 3/12/2018 **Fecha Finaliza :** 4/27/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

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 estudiante
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”, “cloud”, “mobi le” 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.

Módulo : 03MO **Fecha Inicia :** 4/30/2018 **Fecha Finaliza :** 6/8/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
BFIN 6099	Finanzas I	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Luis Noel Alfaro]

Descripción:

El Curso de Finanzas I se enfoca en el manejo financiero de una empresa buscando el cumplimiento de objetivos generales de la gestión y asociados con la generación de una rentabilidad sostenible basada en el desarrollo y consolidación de las ventajas competitivas de la empresa. El análisis se centra en dimensiones de análisis relacionadas con: 1) la eficiencia de las operaciones; 2) la solvencia financiera de la empresa; 3) la rentabilidad; y 4) el manejo de riesgos.
Objetivos Específicos:
· Entender el uso de las razones financieras como punto de partida para el diagnóstico financiero de la empresa.
· Estudiar la elaboración y manejo de proyecciones de flujo de caja y estados financieros proforma para identificar las necesidades de recursos y el manejo de efectivo, deuda y capital de trabajo de la empresa.
· Entender las ventajas y limitaciones de metodologías para evaluar y priorizar inversiones de largo plazo.

MERC 6056	Mercadeo I	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[José Alberto Exprúa]

Descripción:

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 dieciocho 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

Módulo : 03MO **Fecha Inicia :** 4/30/2018 **Fecha Finaliza :** 6/8/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
OPER 6058	Operaciones I	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Santiago Kraiselburd]

Descripción:

El objetivo de este curso es presentarle los aspectos básicos de la función de Operaciones en todo tipo de empresas, proporcionarle una visión integrada de conceptos y técnicas clave, y ayudarlo a comprender el papel de las Operaciones en la estrategia general de la firma.
Una buena comprensión de los conceptos y técnicas de operaciones es esencial para tomar decisiones acertadas en asuntos relacionados con el diseño de productos, adquisición, operación y mantenimiento de instalaciones y procesos, compras de materias primas, producción, asignación de recursos humanos y personal, control de procesos y gestión de inventarios, y, en general, la provisión de las necesidades operacionales para cumplir con las expectativas del consumidor. Los gerentes en todas las áreas funcionales de la empresa deben tener una buena comprensión del papel que desempeñan las operaciones dentro de cualquier empresa, y del impacto que tiene la buena gestión de la función de operaciones en la competitividad de la empresa.
Aprenderemos herramientas, cuantitativas y cualitativas, que nos permitirán analizar los sistemas operativos y tomar decisiones para mejorar el rendimiento. Las organizaciones capaces de implementar sistemáticamente estas herramientas de gestión de operaciones obtendrán importantes ventajas de rendimiento.
Estos conceptos se aplicarán tanto a empresas industriales como de servicios.
Este curso no supone que el estudiante tenga necesariamente experiencia previa o conocimiento de gestión de operaciones.
Parte 1: Análisis de procesos. Aquí, se familiarizará con conceptos clave en el análisis de procesos, y los verá en diferentes contextos. Aprenderá a evaluar el rendimiento de los sistemas operativos y a predecir el impacto que las posibles posibilidades / inversiones podrían tener en dicho rendimiento.
Parte 2: Gerenciamiento de Inventarios. En esta parte, trabajaremos en cómo usar las previsiones de demanda y la información de costos para desplegar adecuadamente el inventario, ayudándole a decidir cuánto ordenar, cuándo y dónde colocar su inventario para minimizar el costo / maximizar las ganancias.
Parte 3: Planificación y ejecución de largo, mediano y corto plazo. En esta sección, trabajaremos en la creación de planes de operaciones que equilibren adecuadamente la oferta y la demanda. También discutiremos qué hacer cuando dichos planes cumplan con la realidad y se requieran ajustes.
Parte 4: Estrategia de Operaciones. Aquí, consideraremos la función operativa de la empresa como parte integrante de la estrategia competitiva de la empresa y analizaremos todas las interacciones con otras funciones de la empresa.

Módulo : 03MO
Fecha Inicia : 4/30/2018 **Fecha Finaliza :** 6/8/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
RRHH 6038	Administrando Gente y Organizaciones I	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Konstantina Tzini]

Descripción:

Las habilidades de gestión de personas se vuelven más y más importantes a medida que avanza su carrera en los niveles gerencial y ejecutivo.
Este curso le brindará una descripción general de la teoría y la práctica de la administración de personas en el trabajo, mediante la comprensión de los posibles factores subyacentes del comportamiento de los empleados, la creación de interacciones fructíferas con sus colegas y la implementación de soluciones efectivas.
El enfoque del curso es la gestión del capital humano, que en la economía actual es tan importante como el capital físico o financiero. El curso está dirigido a gerentes generales y ejecutivos en lugar de a profesionales de recursos humanos específicamente.
Durante las sesiones, examinaremos aspectos clave de la gestión de recursos humanos (como reclutamiento, selección, compensación, gestión del rendimiento, retención, etc.) enfatizando cómo estas prácticas deben estar alineadas entre sí y cómo pueden diseñarse e implementarse con el fin de lograr sistemas de trabajo efectivos y eficientes.
Además, exploraremos aspectos relevantes de la psicología y el comportamiento organizacional (como dinámicas grupales, emociones, mentoring, etc.) para comprender las conductas humanas y poder diagnosticar problemas y comportamientos disfuncionales, así como para implementar intervenciones constructivas.

Módulo : 04MO
Fecha Inicia : 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
BFIN 6100	Finanzas II	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Arnoldo Camacho]

Descripción:

MERC 6057	Mercadeo II	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Margaret Rose Grigsby]

Descripción:

Los objetivos de este curso son: el desarrollo de habilidades en los participantes, de tal manera que puedan elaborar:

- El marco conceptual del marketing moderno: concepto y área de acción.

Módulo : 04MO **Fecha Inicia :** 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

- Los elementos constitutivos del planeamiento de mercadeo:
- 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.
- 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.

OPER 6059	Operaciones II	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Bernard Kilian]

Descripción:

Este curso proporciona una introducción a los fundamentos teóricos y los métodos analíticos necesarios para comprender y controlar los procesos de producción. El curso se basa en la comprensión básica adquirida en el curso de Operaciones I, y amplía este conocimiento para abarcar una variedad de entornos de fabricación y servicio. Aprenderemos sobre las técnicas avanzadas de administración de producción y comenzaremos a ver más allá de los límites de nuestra empresa para planificar y administrar las cadenas de suministro.

2) Obejtivos del Curso

Como objetivo general, este curso pretende proporcionar a los estudiantes una comprensión de los diferentes paradigmas de fabricación. El curso proporcionará a los estudiantes herramientas analíticas avanzadas para comprender los procesos de producción. Con tales herramientas, el alumno será capaz de tomar decisiones acertadas tanto en entornos operativos de servicio como de fabricación. Específicamente, al final del curso el alumno podrá:

1. Profundizar en la comprensión del análisis de procesos
2. Comprender los principales elementos de Lean Management, producción Just-in-time, fabricación sincronizada y fabricación de flujo.
3. Comprender la teoría de las restricciones
4. Comprender la importancia de la calidad en el proceso de producción para el éxito del negocio y poder aplicar herramientas estadísticas para el control de calidad.
5. Conocer las diferentes técnicas de pronóstico a fin de reducir los errores de pronóstico y mejorar la planificación y, por lo tanto, reducir los niveles de inventario y aumentar los

Módulo : 04MO **Fecha Inicia :** 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)

niveles de servicio dentro de las cadenas de suministro.

BFIN 6079	Organización Industrial	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Sandro Zolezzi]

Descripción:

Este curso entregará herramientas para analizar cómo operan los mercados y empresas claves en ellos. En las nueve (9) primeras sesiones se entenderá cómo se forman la oferta y la demanda en sectores como aluminio, energía y banano, y cómo variaciones en precios de un bien o servicio pueden afectar las cantidades demandadas de ellos y su potencial impacto en la demanda de bienes y servicios relacionados en otros mercados. Se usarán casos reales y set de ejercicios a resolver por los estudiantes.

En la segunda parte del curso (9 sesiones) se revisará el concepto de teoría de juegos (estrategias y equilibrio de Nash) para entender cómo compiten las empresas en ciertos sectores, incluyendo análisis de colusiones y medidas para salvaguardar la competencia. Se analizarán casos reales de las industrias del cemento, pinturas, cerveza y motores de búsqueda en Internet. También se usarán sets de ejercicios a resolver por los estudiantes.

CONT 6042	Contabilidad Gerencial	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Arnoldo Rodríguez]

Descripción:

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 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.

Módulo : 04MO **Fecha Inicia :** 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)

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.

EMPR 6022	Emprendedurismo	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1	[Luis Figueroa]

Descripción:

Objetivo del Curso
Ilustrar los principales elementos del proceso de emprendimiento y promover su aplicación dentro de un ejercicio práctico y real.

NEG 6031	Negociación	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1	[Enrique Ogliastri]

Descripción:

En este curso usted tendrá la oportunidad de poner a prueba y desarrollar sus habilidades de negociación. Esencialmente se trata de un taller donde realizará ejercicios prácticos de negociación con sus compañeros, cuyos resultados se analizarán en la clase. Se tratará de desarrollar criterios sobre negociación, lo cual se hace mediante la lectura de conceptos, la práctica con ejercicios de negociación, el análisis crítico en clase de los resultados obtenidos y de las mejores maneras de hacerlo. Habrá algún énfasis en la negociación como parte de la cultura de las personas, y se leerán varios trabajos sobre culturas de negociación de diversos países del mundo.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

En este curso usted podría aprender y desarrollar:

habilidades para negociar y conseguir mejores resultados en sus negociaciones,
actitudes constructivas y proactivas para la resolución de conflictos y negociaciones,
conceptos que le permitan entender, predecir e identificar procesos, herramientas y acciones para mejorar sus negociaciones.
una mejor comprensión de las negociaciones interculturales

Módulo : 04MO **Fecha Inicia :** 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ESTR 6044	Estrategia Empresarial	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Carlos Rodriguez]

Descripción:

Descripción del curso
Bienvenidos al curso de Estrategia Intermedia. Este curso está dirigido a desarrollar su entendimiento de cómo y porque algunas empresas son capaces de lograr y mantener un desempeño económico superior.
A lo largo del curso, el estudiante tendrá la oportunidad de incrementar su capacidad de análisis y mejorar sus habilidades de toma de decisiones a no solo a través de la adquisición y aplicación de herramientas estratégicas sino también del debate y discusión activa con sus colegas. El énfasis del curso, y en particular de la discusión en clase, es en el pensamiento crítico y en el desarrollo de argumentos precisos y persuasivos más que el identificar una única respuesta correcta a los problemas de negocios.
Para tener éxito, la estrategia debe estar alineada a través de todos los departamentos y áreas funcionales de una organización. Por esta razón, la perspectiva adoptada del curso es la del gerente general de la corporación, negocio o empresa quien debe procurar el éxito general de la empresa. Esta perspectiva integral del negocio ayudará al estudiante a integrar los cursos de áreas funcionales que ha tomado hasta el momento.
Objetivos de Aprendizaje
Al final del curso los estudiantes serán capaces de:
1. Entender que es estrategia empresarial, conforme a 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 entorno macro, comportamiento dentro de la industria y estrategia empresarial.
3. Entender el concepto de posicionamiento, poder identificar y evaluar la competitividad de una posición estratégica de una industria y haber adquirido las habilidades para formular una estrategia competitiva que sea sostenible.
4. Poder identificar, desarrollar, proponer y defender opciones de crecimiento en un negocio

LDER 6037	Women and Leadership	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	0.5	1	[Susan Clancy]

Descripción:

Course Description
It is time for a new discussion of gender diversity and leadership.

Despite more than 50 years of dialogue, research and advocacy for more w omen in leadership, global leadership positions are still dominated by men. Significant cultural, psychological and organizational barriers exist that impede w omen's leadership.

Not even female graduates from the top MBA programs in the w orld are immune to these barriers. Ten years after graduation recent research show s that more than 50% have opted out of full time

Módulo : 04MO

Fecha Inicia : 6/11/2018 **Fecha Finaliza :** 8/25/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

employment and of those w omen still in the w orkforce, they are making less money and are in positions of less pow er and influence than the men they graduated w ith.

Why does it matter that gender equality in leadership does not exist? A new and grow ing body of data indicates that gender diversity in leadership is linked to both firm level financial performance and societal level GDP and social progress. Another w ay to put it? In the 21st century, gender diversity is not about fairness or justice it is about competitiveness.

Over the course of three modules, the purpose of these sessions is to explore the intersection of gender, leadership and organizational behavior as it has evolved w ithin the social and economic context of the North America, South America, Europe and Asia in order to: 1) map the barriers that impact w omen's professional progress, 2) demonstrate the negative impact of these barriers on firm and societal level competitiveness and, 3) outline individual and organizational best practices in promoting more gender diversity to leadership.

Primary Learning Objectives
1. Develop a theoretical framew ork for understanding gender issues in organizational leadership – w hat are the psychological, cultural and organizational factors that hold w omen back?
2. Provide “business case” for diversity in leadership; w hy is it necessary?
3. “Best Practices” in promoting diversity
4. Prepare both genders for the challenges/opportunities they w ill 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

Módulo : 05MO

Fecha Inicia : 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 11/9/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
CONT 6044	Control Gerencial	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Luis Cuenca]

Descripción:

Las organizaciones, sin importar su naturaleza, deben contar con un Proceso de Control Gerencial. Este proceso procura que los agentes actúen en función de los intereses de los principales y particularmente del propósito que estos definen para la organización. Un proceso de control gerencial será exitoso si se diseña 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 procesos 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 proceso 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.

Módulo : 05MO **Fecha Inicia :** 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 11/9/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ITEC 6071	Transformación Digital II	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Carla Fernández]

Descripción:

RRHH 6039	Administrando Gente y Organizaciones II	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Carlos Rodriguez]

Descripción:

ECNM 6073	Economía Global	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Alberto José Trejos]

Descripción:

Objetivo General
Las decisiones del empresario deben responder, principalmente, a consideraciones propias al manejo interno de su empresa. Sin embargo, sobre todo para quien toma decisiones de alto nivel, también es muy importante comprender el entorno en que dicha empresa se desenvuelve. Uno de los aspectos más relevantes de ese entorno es la manera en que su compañía –y el resto de la economía que lo rodea—se relacionan con el resto del mundo. La meta de este curso es que el estudiante pueda percibir, comprender y predecir los fenómenos de economía internacional que le afectan como empresario.

Objetivos Específicos
Las compañías de distintos países interactúan entre sí, cada una encontrando en otros países fuentes y destinos de recursos; mercados y competidores. Esa interacción las afecta, así como a las demás compañías de su entorno, y a su economía en general. Queremos entender, por lo tanto:
I) El intercambio de bienes entre los países. ¿Por qué ocurre? ¿A quién beneficia y perjudica? ¿Qué lo afecta? ¿Qué hacen las compañías participan del mismo? ¿En qué forma son distintas las transacciones, relaciones y competencias que me encuentro en ese comercio, de las que me encuentro en mi país base?
II) La inversión extranjera directa. ¿Por qué a veces las compañías deciden establecer una operación en otro país, o adquirir en ese otro país operaciones ya existentes? ¿Cómo les afecta este tipo de inversión, así como a las demás compañías y la economía en general, en ambos países? ¿Qué busca una compañía cuando escoge un destino? ¿Qué busca un país, y cómo afecta su “atractivo” en la competencia por inversión?
III) La legislación internacional y los acuerdos comerciales. La única forma de legislación que aplica transnacionalmente y actúa de forma vinculante son los acuerdos comerciales. ¿Qué son, cómo funcionan, y qué impacto tienen?
IV) La política de desarrollo productivo y la política comercial.
V) Crecimiento y desarrollo.

ECNM 6067	Macroeconomía Aplicada	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Francisco De Paula Gutierrez]

Descripción:

Objetivo General

Módulo : 05MO **Fecha Inicia :** 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 11/9/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

El curso de Macroeconomía Aplicada del MBA-LL tiene el propósito de brindar a los estudiantes herramientas para comprender las características básicas del funcionamiento de economías abiertas y así, 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 busca 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 de corto plazo. 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. (Sesiones 7 y 8). Las instituciones gubernamentales publican información frecuente sobre muchos indicadores económicos, las cuales son de utilidad para seguirle el pulso a la economía. En estas sesiones 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 9 a 15). Con alguna frecuencia las economías entran en procesos de inestabilidad, los cuales se reflejan, entre otras variables, en el nivel de precios, el tipo de cambio, el nivel de producción y el empleo. El propósito de esta sección es analizar sus causas, valorar diferentes opciones de política disponibles para enfrentar esos procesos y sus consecuencias sobre las principales variables económicas que inciden en el comportamiento empresarial. En este bloque se discutirá el tema del populismo y su efecto en la estabilidad y el crecimiento, así como los factores causantes de crisis financieras.
v) Introducir los determinantes del crecimiento económico, las estrategias de desarrollo y la necesidad de velar por la estabilidad financiera. (Sesiones 16 y 17) En esta sección iniciaremos la discusión sobre las razones del 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 y los retos de América Latina (Sesión 18).

ESTR 6045	Estrategia Corporativa	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Esteban R. Brenes]

Descripción:

Descripción del Curso
Este curso es parte de la serie de cursos en Estrategia que incluyen Estrategia Competitiva y Procesos Gerenciales.

Estrategia Competitiva tiene como objetivo desarrollar capacidades en análisis industrial, posicionamiento estratégico y el efecto de la competencia y los negocios internacionales con énfasis en la Unidad Estratégica de Negocio (UEN). Procesos Gerenciales será cubierto hacia el final del programa MBA y se enfocará principalmente en asuntos de Ejecución de Estrategia.

Módulo : 05MO **Fecha Inicia :** 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 11/9/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

Estrategia Avanzada desarrolla el concepto de Estrategia Corporativa que trata de como las empresas crean valor a través de su participación en diferentes negocios y/o mercados múltiples. Se da por un hecho lo aprendido en Estrategia Competitiva y pregunta como las corporaciones agregan valor por encima de lo que la unidad de negocio crea por sí misma. Para ello, discutiremos temas relacionados con dirección estratégica, recursos estratégicos, portafolio de negocios y crecimiento, y el diseño organizacional de la corporación que permite compartir actividades o transferir habilidades entre los negocios. Se discutirán temas para identificar y potenciar los recursos más valiosos de la corporación y para entender el alcance corporativo en mercados múltiples para productos y servicios, geografías, integración vertical y diversificación relacionada y no relacionada. Esperamos profundizar sobre qué actividades y negocios deben ser retenidos dentro de la firma y por qué y cuáles deben obtenerse por otros medios. Queremos determinar modos alternativos de expansión corporativa y las ventajas y desventajas de cada uno de ellos. Vamos a discutir cómo
las firmas manejan las actividades y negocios que yacen dentro de la estructura corporativa. Esto reconoce la importancia de ambas, la formulación y la ejecución de la Estrategia Corporativa.

El curso trata sobre el trabajo de la alta gerencia de las organizaciones. Como tal, la perspectiva adoptada es la del gerente general o CEO de la corporación, negocio, o división y/o el de la Junta Directiva quienes deben estar preocupados por el 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".

Objetivos de Aprendizaje
El objetivo es que el estudiante desarrolle su propia síntesis y enfoque personal para identificar y resolver los problemas estratégicos a nivel corporativo que enfrenta la alta gerencia de la organización.

Específicamente los objetivos de este curso son:
4. Comprender y discutir las razones que podrían justificar la existencia del espectro de empresas que van desde los conglomerados y grupos empresariales hasta las corporaciones más integradas.
5. Fortalecer y/o desarrollar la capacidad de los estudiantes para formular y ejecutar la estrategia corporativa desplegando herramientas para identificar y promover actividades que permitan la creación de valor desde el centro de la corporación a través de:
a. Una clara definición de la dirección corporativa
b. La identificación y/o creación de recursos estratégicos
c. Analizar el alcance corporativo evaluando el portafolio de negocios utilizando, entre otras, las pruebas de “la ventaja” y de “la propiedad”.
d. El desarrollo de habilidades para fortalecer las estrategias de internacionalización de manera que permitan comprender las oportunidades de adaptación, economía de escala y arbitraje.
e. Alianzas, Fusiones y Adquisiciones
f. La organización, estructura y sistemas que permitan controlar y desarrollar coherencia y sinergias entre las unidades de negocio que lo ameriten.

GPUB 6026	Análisis Político	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Arturo Cruz]

Descripción:

Objetivo General
David Easton, entre los grandes de las ciencias política, aseguraba que los "hechos deben ser ordenados con el fin de establecer la conexión entre ellos", facts must be ordered in some way so that we

Módulo : 05MO
Fecha Inicia : 9/3/2018 **Fecha Finaliza :** 11/9/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)

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 la base 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.

METO 6002	Pensamiento Crítico y Toma de Decis II	Curso Obligatorio	Crédito Alfabético	1	2	[Julio Sergio Ramirez]

Descripción:

Módulo : 06MO
Fecha Inicia : 10/22/2018 **Fecha Finaliza :** 12/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
SOST 7025	Temas de Gerencia en Sostenibilidad	Concentración Desarrollo Sostenible	Crédito Alfabético	1	2	[Felipe Perez]

Descripción:

El curso Introducción a la Gerencia de la Sostenibilidad es un curso de segundo año que hace la síntesis de los cursos previos sobre Desarrollo Sostenible combinados con aspectos de estrategia competitiva que se ven complementados por la visión única y holística de la sostenibilidad.

El curso se basa en el estudio de casos combinados con material audiovisual y lecturas, algunas de las cuales contienen teoría microeconómica que forma un cuerpo importante de la Economía de los Recursos Naturales y la Contaminación.

El curso parte de establecer la conexión entre sociedad y entorno económico para moverse a estudiar el concepto de Sostenibilidad y su relación con la competitividad. Se estudia un marco analítico que aterriza el concepto de desarrollo sostenible a nivel macro en el concepto de sostenibilidad a nivel micro en el modelo de Sostenibilidad Corporativa. Además, se discute que tanto se ha adoptado el concepto de sostenibilidad y las metas del desarrollo sostenible en los modelos de negocios de empresas latinoamericanas hoy en día.
En la siguiente sección se estudia la sostenibilidad aplicada al turismo sostenible, pasando a la teoría de los recursos agotables con un caso de minería y luego los recursos renovables de propiedad común con el caso de las pesquerías.

Se estudia el concepto de Valor Económico Total y se discuten los principales métodos de Valoración Ambiental. El curso cierra con los temas de Inclusividad y Sostenibilidad, La Empresa del Desarrollo Sostenible y Cambio Climático Global.

Módulo : 06MO **Fecha Inicia :** 10/22/2018 **Fecha Finaliza :** 12/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

OBJETIVOS GENERALES

1. Introducir al estudiante al estudio de los recursos naturales y el ambiente desde la perspectiva empresarial a través de la aplicación de la teoría microeconómica combinada con casos de estudio.

2. Promover el análisis y discusión de problemas del mundo real y sus posibles soluciones desde la perspectiva de las empresas a través de casos escritos, material audiovisual y discusiones de clase.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

• Promover en los estudiantes el juicio analítico y una mayor responsabilidad social hacia los problemas ambientales y del desarrollo económico en sus respectivos países en particular y en América Latina en general.

• Despertar el interés hacia la sostenibilidad de las empresas como estrategia que puede generar utilidades privadas, creando beneficios sociales y apuntando a negocios sostenibles capaces de generar utilidades sin dañar irreversiblemente la base productiva.

FINC 7036	Money and Banking	Concentración Finanzas y Economía	Crédito Alfabético	1	2	[Arnoldo Camacho]

Descripción:

COURSE DESCRIPTION

Money talks. Not only we use money for accounting and transaction purposes, bi the financial system provides intermediation services that contribute to economic efficiency and growth. The first part of the course focuses on the processes of determination of prices, exchange rates and interest rates as key factors affecting the process of savings and investment in any economy. The current levels of these indicators and any distortions or miss alignments significantly affect consumption and production decisions. In addition, the level of development, competitiveness an efficiency of financial and capital markets further affect the incentives and availability of instruments for savings and the level of resources and types of funds available for investment. The course focuses on the nature of monetary economies, and the contribution of developed financial markets to economic growth and enterprise competitiveness.

Módulo : 06MO **Fecha Inicia :** 10/22/2018 **Fecha Finaliza :** 12/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
OPER 7009	Gestión de Cadena de Suministro	Concentración Industria y Tecnología	Código Alfabético	1	2	[Guillermo Selva]

Descripción:

La función de la gerencia de la cadena de suministros, SCM, tiene bajo su responsabilidad la planificación, el diseño y las operaciones de los procesos, recursos y flujos de materiales, información y dinero desde el proveedor del proveedor hasta el cliente del cliente, con el objeto de satisfacer las demandas de todos sus clientes.
Es muy difícil visualizar un producto que llega a las manos de sus consumidores sin un soporte logístico. Sin embargo, ha sido únicamente en las últimas décadas que las empresas y sus gerentes han empezado a percibir y potencializar la gerencia de la cadena de suministros y la logística como una fuente de ventaja competitiva. Hoy en día el mundo empresarial está consciente que una empresa que fabrica, transporta y distribuye sus productos no puede alcanzar un mayor desempeño del que logra su cadena de suministros.

Los sistemas de la cadena de suministros generalmente incluyen el 60-80% de los activos de las empresas de manufactura, distribución, y de venta al detalle en muchas industrias y sectores de servicio; también incluyen el 60-70% del personal de estas organizaciones. Sin embargo, las operaciones logísticas y de la cadena de suministros son gestionadas utilizando prácticas anticuadas e inefectivas, que resultan en muchos casos en el mantenimiento de muy altos niveles de inventario e, irónicamente experimentando al mismo tiempo ventas perdidas al no poder abastecer la verdadera demanda de los clientes por la falta del inventario correcto.

El curso de Supply Chain Management se enfoca en el estudio de estrategias, políticas y enfoques para competir en mercados regionales y globales. Un elemento importante del contenido es el enlace consistente entre la estrategia competitiva de la empresa y la estrategia operacional de su cadena de suministros. Las cadenas de suministro exitosas exhiben una excelente integración inter-funcional de los procesos internos de la empresa y de aquellos que los relacionan con otras empresas de la cadena. El curso analizará cómo se deben planificar e integrar los componentes de la cadena en un conjunto de procesos de negocios efectivamente coordinados a lo largo de toda la cadena.

En el curso se explorarán las métricas claves, los “tradeoffs” más importantes en las decisiones que giran alrededor de la gestión de las cadenas de suministros, reconociendo los retos que enfrentan las empresas para manejar productos con diferentes requerimientos del mercado (no existe una sola cadena de suministros en las empresas). El curso también nos permitirá, desde sus perspectivas operacionales y estratégicas, explicar los altos desempeños de algunas organizaciones de gran prestigio como Walmart, Zara, New Balance Athletic Shoes, Zappos.

El formato de la clase incluye discusiones de casos, ejercicios, mini-conferencias y un juego de simulación de la cadena de suministros. El contenido está fuertemente orientado a la perspectiva gerencial de la cadena de suministros, aún cuando algunos enfoques cuantitativos serán descritos y analizados en unas pocas sesiones del curso.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fortalecer nuestra comprensión de las inter-relaciones entre la estrategia competitiva y la estrategia de la cadena de suministros.
2. Desarrollar habilidades analíticas y de resolución de problemas para identificar soluciones a una variedad de problemas de diseño y operación de la cadena de suministros.
3. Estudiar varios enfoques claves y buenas prácticas de empresas con cadenas de suministros ejemplares (Seven-Eleven Japón, HP, Zappos, Zara, etc.)
4. Entender los retos de la coordinación de grupos funcionales internos y de otras empresas en la implementación de procesos y esfuerzos de colaboración como los de respuesta rápida, de sistemas de “vendor managed inventories”, moda rápida y sociedades de negocios.
5. Entendimiento claro del valor de los flujos de la información correcta, no-distorsionada, a lo largo de la cadena.
6. Sensibilizarnos a los enfoques de gerencia de riesgo para mitigar los efectos de distorsiones e interrupciones severas en las cadenas por causas internas y externas, así como a las amenazas de pérdida de imagen por problemas de calidad en alguno de los eslabones de las cadenas cada vez más extendidas.

Módulo : 06MO **Fecha Inicia :** 10/22/2018 **Fecha Finaliza :** 12/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ITEC 7021	Data Mining	Concentración Mercadeo	Crédito Alfabético	1	2	[Carlos Ernesto Quintanilla]

Descripción:

Este es un curso diseñado para estudiantes de un MBA y no para estudiantes de ingeniería de computación. Cubriremos los fundamentos de la disciplina, las técnicas más populares y sobre todo las aplicaciones más interesantes de estas técnicas para resolver problemas concretos en la empresa moderna. Pondré un énfasis en las ideas detrás de estas técnicas mas que en derivaciones técnicas de resultados. Las principales areas de Data Mining serán abordadas:

- Market Basket Analysis (también conocido como Reglas de Asociación) es el estudio de los patrones de compra de los clientes en nuestra empresa con el fin último de ofrecerles un mejor servicio y vender más.
- Agrupamiento o Clustering: Aquí la idea es cómo hallar grupos de clientes que tengan necesidades homogéneas. La conexión con la noción de segmentación en marketing debe ser inmediata.
- Predicción: Aquí queremos ser capaces de pronosticar variables numéricas como la rentabilidad de un cliente, su capacidad de compra, etc., como función de otros atributos que lo caracterizan.
- Clasificación: Aquí deseamos construir modelos que clasifiquen a nuestros clientes en grupos claramente identificados: Quienes son los clientes que nos comprarán un producto/servicio? Qué clientes estamos en riesgo de perder a la competencia (deserción)? Qué transacciones son legítimas o fraudulentas?

Este curso se beneficia enormemente de que ustedes hayan cursado Métodos Cuantitativos—un curso que yo también enseño en INCAE, pero es un “animal” completamente diferente. Sus aplicaciones van a ser más diversas y poderosas.

Sin embargo, es un curso más sencillo. Todas las dificultades técnicas que podrían hacerlo difícil están resueltas por el paquete de software que usaremos (Rapidminer/Tableau).

Un par de links que les pediré vean/lean antes de venir a la primera sesión del curso, si deciden tomarlo, pueden ayudarles a despejar algunas dudas sobre el curso:

- Data Mining en MBA programs — Galit Shmueli, Universidad de Maryland (https://bit.ly/2O68gwK)
- How Big Data Changes Business Management — Susan Athey, Universidad de Stanford (https://stanford.io/2r0lstr)

ESTR 6039	Competitividad de las Naciones	Curso Electivo	Crédito Alfabético	1	2	[Niels Ketelhöhn]

Descripción:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

¿Por qué son Los Estados Unidos tan competitivos en la producción de aviones y el desarrollo de software, al mismo tiempo que son ineficientes en la producción de automóviles y refrigeradores? ¿Por qué son Orlando, Indianápolis, y Milano las capitales de sus industrias respectivas?

Estas son las preguntas que se discutirán en el curso de “Competitividad de las Naciones”, que estudia la competitividad de las industrias de algunas localidades. Es cierto que la estabilidad macroeconómica y política el potencial de competitividad. También es cierto que la acumulación de factores de producción puede ayudar a mejorar la productividad y rentabilidad de las empresas de una nación. Sin embargo, la riqueza es creada a nivel microeconómico. La calidad del clima de negocios de un país es lo que en última instancia determinan el estándar de vida de un país.

Módulo : 06MO **Fecha Inicia :** 10/22/2018 **Fecha Finaliza :** 12/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

Este curso establece directrices para diseñar la estrategia económica de un país. En el curso de estrategia los estudiantes de la maestría de INCAE estudian los procesos para definir e implementar la estrategia de una empresa. En este curso, cambiamos la unidad de análisis al país, y discutimos la forma de establecer una estrategia económica nacional. El curso cubre casos de economías avanzadas y en desarrollo, de países grandes y pequeños, de países y provincias.

El curso cubrirá las condiciones macro que un país debe ofrecer a empresas nacionales y e inversionistas extranjeros para explotar las ventajas competitivas de una nación. También cubrirá la medición e identificación de clusters, la formulación de política para desarrollarlos, y el rol del sector privado en la mejora del clima de negocios de un país.

OPER 7006	Estrategia de Operaciones	Concentración Industria y Tecnología	Crédito Alfabético	1	2	[Santiago Kraiselburd]

Descripción:

Estrategia de Operaciones apunta a ampliar la perspectiva de los alumnos más allá de la función específica del área Operaciones, ayudándoles a entender cómo el ambiente interactúa con el proceso productivo en formas complejas y no siempre intuitivas.

Observando un amplio rango de negocios que va de la industria vitivinícola a la biotecnología, el curso se enfoca en el valor creado y capturado mediante distintas estrategias de operaciones. Los estudiantes adquirirán herramientas que les permitirán hacer un mapa y analizar las demandas de distintos ambientes competitivos, y familiarizarse con un menú de potenciales estrategias operativas. También, aprenderán cómo estas estrategias deben ser diseñadas para adaptarse a los requerimientos particulares de cada ambiente competitivo, y a la estrategia competitiva de la compañía.

Los estudiantes también desarrollarán la habilidad de identificar y encuadrar asuntos estratégicos complejos en operaciones, diseñar estrategias de operaciones que confronten estos temas con eficacia, y tomar cursos de acción efectivos que logren realizar el potencial de sus decisiones. El curso expone a los estudiantes a una cantidad de conceptos, herramientas, y técnicas para enfrentar eficazmente temas tales como el diseño y evolución de redes operativas, la selección e implementación de nuevas tecnologías, y la creación de sistemas operativos que efectivamente conecten a las operaciones con sus clientes, canales de distribución, y proveedores. El curso enfatiza especialmente aquellas herramientas que los alumnos necesitaran para participar efectivamente en estas decisiones desde temprano en sus carreras.

EMPR 7009	Mercadeo y Ventas para Emprendedores	Concentración Mercadeo	Crédito Alfabético	0.5	1	[Sergio Restrepo]

Descripción:

Módulo : 06MO

Fecha Inicia : 10/22/2018 **Fecha Finaliza :** 12/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
HUMA 6009	Cultura y Valores	Curso Electivo	Crédito Alfabético	1	2	[María Elena Carballo]

Descripción:

Descripción del contenido
Después de los cursos de Comunicación y Liderazgo, continuaremos desarrollando las capacidades de storytelling, escucha y reflexión, a la vez que las destrezas analíticas con respecto al comportamiento humano, en relación con su cultura y sus valores. 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, su cultura y sus valores, 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 relatar (storytelling), de percepción y análisis de fenómenos de carácter humano.

EMPR 7010	Emprendimiento Social	Curso Electivo	Crédito Alfabético	0.5	1	[Urs Peter Jäger]

Descripción:

Este curso permite a los estudiantes aprender a hablar de 'finanzas sociales' con mayor fluidez y prepararse para un acceso exitoso a la inversión de impacto.

Es un curso de 'cómo hacerlo' basado en experiencias prácticas y conceptos comprobados del campo. Paso a paso, los estudiantes aprenderán el proceso de prepararse para la inversión eligiendo el instrumento financiero adecuado, acercándose a los inversores y firmando un contrato de financiación, estableciendo buenas relaciones con los inversores, evitando el desvío de la misión y preparándose para el próximo financiamiento a desarrollar en la vida real.

El acceso al capital es un problema crítico para las empresas sociales que comienzan a competir en las 'grandes ligas'. Los inversionistas de impacto, aquellos inversionistas que buscan un impacto tanto social como económico, se supone que son la pareja perfecta para los emprendedores sociales una vez que sus necesidades de escalamiento se materialicen.

Sin embargo, a pesar de toda la emoción pública en torno a la inversión de impacto y la enorme cantidad de capital que se espera desplegar, los emprendedores sociales y los inversores de impacto a menudo no parecen hablar el mismo idioma. Por lo tanto, este curso pretende superar la barrera del idioma mejorando el conocimiento financiero de los estudiantes y empoderándolos para asegurar los recursos que necesitan para alcanzar la verdadera escala.

VIVA Idea y SOCIAL FINANCE ACADEMY (una iniciativa de Roots of Impact) - en asociación con Ashoka y el Centro Latinoamericano de Emprendedurismo de INCAE Business School - desarrollaron este curso impulsado por acción para explorar los principales aspectos de las finanzas sociales a lo largo de un marco de 18 pasos.

Módulo : 06MO

Fecha Inicia : 10/22/2018 **Fecha Finaliza :** 12/21/2018

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)

El plan de estudios se basa en experiencias prácticas y en la investigación de vanguardia y se centra en los participantes que utilizarán los aprendizajes del curso para desarrollar sus propios proyectos.

Conceptos de Aprendizaje y Objetivos
El curso se extenderá durante un período de 9 sesiones. Aplicará un enfoque de aprendizaje combinado y unirá elementos en línea con tutoría complementaria opcional en el sitio.

Al finalizar el curso, los participantes deberían haber adquirido una comprensión básica sobre:
- Cómo asegurar la inversión para escalar,
- Cómo navegar a través del denso bosque de los mercados de capital social,
- Cómo gestionar y comunicar su impacto y contar su historia de una manera convincente,
- Qué herramientas y recursos son efectivos para estar listos para la inversión,
- Cómo explorar y elegir los instrumentos financieros más apropiados,
- Cómo definir el perfil y el enfoque de búsqueda correcto del inversor,
- Cómo prepararse para una negociación efectiva, debida diligencia y comunicación con los inversores, y finalmente
- Cómo evitar alejarse de su misión a lo largo de este proceso.

ADMI 6185	Global Leadership Course	Curso Electivo	Crédito Alfabético	0.5	1	

Descripción:

Módulo : 07MO

Fecha Inicia : 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 2/28/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)
SOST 6049	Fundamentos de Sostenibilidad I	Concentración Desarrollo Sostenible	Crédito Alfabético	1	2	[Andrea Prado]

Descripción:

Módulo : 07MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 2/28/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ECNM 5059	Economic Environment of Business	Concentración Finanzas y Economía	Transfer Credit	1	2	
Descripción:						
FINC 5832	Financing the Startup Venture	Curso Intercambio	Transfer Credit	1	2	
Descripción:						
SOST 6050	Fundamentos de Sostenibilidad II	Concentración Desarrollo Sostenible	Crédito Alfabético	1	2	[Urs Peter Jäger]
Descripción:						
ECNM 5059	Economic Environment of Business	Curso Intercambio	Transfer Credit	1	2	
Descripción:						
FINC 5835	Financial Markets	Curso Intercambio	Transfer Credit	1	2	
Descripción:						
MGMT 5529	The Strategist	Curso Intercambio	Transfer Credit	0.75	1.5	
Descripción:						
SDEV 5023	Clean Energy Solutions	Curso Intercambio	Transfer Credit	1.5	3	
Descripción:						

Módulo : 08MO

Fecha Inicia : 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
SDEV 7028	Managing Change	Concentración Desarrollo Sostenible	Crédito Alfabético	1	2	[Bernard Kilian] [Urs Peter Jäger]

Descripción:

Based on a simulation, tw o live cases (in class) and one field trip (the class visits a region of Costa Rica – Nosara – for three days) this course introduces the complexity of resource economics in emerging markets – based on microeconomics – and a management instrument to identify and explore resources in emerging markets. The first half of the course introduces the theoretical framew ork and the second half focuses on experienced-based learnin g w here students execute an empirical analysis and a consulting project w ith a group of a hotel and tw o foundations in a low -income market of Costa Rica.

FINC 7037	Financial Institutions and Capital Marke	Concentración Finanzas y Economía	Crédito Alfabético	1	2	[Arnoldo Camacho]

Descripción:

Access to financial institutions and capital markets is fundamental for the creation of value to shareholders. The course covers the relevant dimensions associated w ith the management of financial institutions and the participation by non-financial firms in financial markets. The program is divided in different modules: (1) the introduction to modern tools used in credit analysis to evaluate a firm´s solvency and to structure financing alternatives; (2) the introduction to the asset and liability management in financial institutions; (3) an interactive simulation of the decision making process leading to competitive participation in financial markets (Retail-bank builder); and (4) the introduction to the participation in Capital Markets

ADMI 7017	Gerencia de Servicios	Concentración Industria y Tecnología	Crédito Alfabético	1	2	[Luis Eduardo López]

Descripción:

En este curso se analizan los aspectos característicos y únicos de las operaciones de servicio. Para ello se estudian marcos conceptuales, cualitativos y cuantitativos, relacionados con la gestión de las operaciones de servicio y su aplicación a diversas actividades en el sector de los servicios. El curso tiene tres temas principales:
(1) la naturaleza de los servicios y diseño del concepto de servicio,
(2) la interfase entre los clientes y el servidor, y
(3) el sistema de entrega de los servicios.

Objetivos
Al terminar este curso los estudiantes estarán en capacidad de entender las características principales de las operaciones de servicios, entenderán el efecto que las referencias verbales tienen sobre una operación de servicios y podrán calcular el valor de una referencia, dispondrán de varios marcos conceptuales generales para comprender y organizar los componentes de una operación de servicios, tendrán noción de las particularidades relacionadas con la calidad en los servicios y las garantías de calidad en los servicios, conocerán herramientas para estimar la mejor ubicación de un negocio de servicios, estarán familiarizados con modelos de transporte y con ellos podrán diseñar y optimizar redes en operaciones de servicio, tendrán una comprensión clara de las dificultades asociadas con el manejo de la demanda en los servicios, dispondrán de herramientas para optimizar los ingresos para una demanda dada y entenderán los fundamentos de la teoría de líneas de espera.

En el curso los participantes adquirirán habilidad para identificar los problemas y retos que típicamente se encuentran en diversas operaciones de servicios. El estudiante aprenderá a analizar esos problemas con sentido crítico y a desarrollar iniciativas y planes de acción que sirvan para enfrentar los problemas y retos identificados.

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)

A lo largo del curso se enfatiza el balance que debe existir entre los ambientes externo e interno de las organizaciones de servicios y el estudiante adquirirá consciencia de ese balance.

MKTG 7016	Brand Management	Concentración Mercadeo	Crédito Alfabético	1	2	[José Alberto Exprúa]

Descripción:

La apertura de los mercados nacionales y regionales de América Latina han 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 en un mundo cambiante.

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. Nos enfocaremos a cómo se crea y se mide el valor de la marca y cuáles son los factores clave que se deben controlar para tener éxito en el largo plazo.

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.

ADMI 6188	Consultoría Aplicada a los Negocios	Curso Electivo	Crédito Alfabético	0.5	1	[Carlos Gallegos]

Descripción:

Dictar un curso de aplicación práctica para estudiantes de Maestría. Todo buen profesional es o debería ser un consultor interno en su respectiva organización sea esta privada o pública, grande y multinacional o familiar y pequeña. En este curso aprenderemos los “gajes del oficio” o “tools of the trade” para ser más efectivos como articulador y gestor de iniciativas o proyectos internos.

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
ENTR 5036	Entrepreneurial Strategy	Curso Intercambio	Transfer Credit	1	2	

Descripción:

ADMI 6187	Introducción a la Consultoría	Curso Obligatorio	Crédito Pass/Fail	0	0	[Niels Ketelhöhn]

Descripción:

BFIN 7027	Fusiones y Adquisiciones	Concentración Finanzas y Economía	Crédito Alfabético	0.5	1	[Jose Nicolas Marin]

Descripción:

Las fusiones y adquisiciones son una ciencia y un arte, puesto que en ellas se combinan técnicas financieras, estrategias y apreciaciones personales derivadas del conocimiento de las distintas áreas funcionales de toda organización.

El enfoque de este curso es práctico, apoyado en la solidez de la teoría financiera y en los modelos de estrategia modernos. Durante el desarrollo de los temas se cubre una serie de etapas, iniciando con el análisis del acoplamiento estratégico de las empresas participantes, seguido de las valoraciones, negociaciones, financiamiento, presentación de la oferta de compra, realización de las debidas diligencias, hasta culminar con el cierre de la transacción.

Objetivos de Aprendizaje
1. Analizar y estudiar el proceso y las técnicas relativas a las fusiones y adquisiciones
2. Efectuar recomendaciones prácticas para mejorar las decisiones durante el proceso

OPER 7008	Gerencia de Calidad	Concentración Industria y Tecnología	Crédito Alfabético	1	2	[Guillermo Selva]

Descripción:

La gestión de la calidad en cualquier organización (privada, pública, ONG) debe ser responsabilidad de todas las personas y áreas, pues todas contribuyen a ella a través de sus tareas en la generación de los productos y servicios y en los procesos que los generan.

Por mucho tiempo la calidad se asociaba únicamente con los productos y servicios. Los
extraordinarios desempeños de empresas ejemplares que se han distinguido persistentemente por la satisfacción de sus clientes han demostrado fehacientemente de que la calidad es un concepto o fenómeno de muy amplia cobertura en la empresa y de sus socios en la cadena de suministros, y que desafortunadamente no siempre es bien comprendido y apreciado en las organizaciones.

No hay ninguna empresa en ningún entorno competitivo que acepte que sus productos no son de calidad, pero la evidencia de tantos problemas con productos de todo tipo en los mercados globales y

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos	Profesor(es)

locales son evidencia de que las empresas sufren deterioro de su calidad con alguna frecuencia. Los problemas de calidad de empresas reconocidas (¿recuerdan la sorpresa del retiro del mercado del Samsun Galaxy S7 hace un par de años?) nos alerta de que el monitoreo y seguimiento de la calidad debe ser una esfuerzo persistente orientado a la mejora continua.

El curso de Gerencia de la Calidad se enfoca en el estudio de estrategias, políticas y enfoques de calidad para competir en mercados regionales y globales de empresas de manufactura y de servicio. Un elemento importante del contenido es el enlace consistente entre la gestión de la calidad y la estrategia competitiva de la empresa. La gestión de la calidad es un medio de mejoramiento competitivo, no un fin per se. Por ello en el curso nos podremos explicar las razones por la cuales tres empresas en años pasados que ganaron el Premio Malcolm Baldrige, el premio nacional de la calidad de los EEUU, al año siguiente estaban en quiebra.

El curso reforzará y ampliará los conceptos y enfoques de la gerencia de calidad introducidos en el curso de Gerencia de Operaciones II del primer año del MBA y abordará en detalle las diferentes concepciones de la calidad:

1) el sistema responsable del grado en el que los productos o servicios de una empresa, así como los procesos para su provisión, cumplen de forma consistente y satisfactoria las propuestas de valor para sus clientes, empleados y demás “stakeholders”.

2) el sistema de control para conseguir los objetivos de calidad de una empresa a lo largo del tiempo, abordando la definición de procedimientos, la medición y las acciones necesarias de calidad.

3) el sistema organizacional, con sus políticas y gestión de los recursos para orientar en forma estratégica las iniciativas de calidad.

MKTG 7018	Digital Marketing	Concentración Mercadeo	Crédito Alfabético	1	2	[Sergio Restrepo]

Descripción:

How to design digital strategies in an integrated marketing framew ork?

This course is Hands ON – Strategic - Tactical

Many companies today fail w ith their digital marketing efforts because they have no strategic maps in place for digital marketing. They are essentially “flying blind” and hoping they find something that w orks. Instead of having a real plan, they utilize tactical initiatives and believe it is the same thing as strategy. How ever, it is not. Those are individual tactics and not a full plan, w hich you need if you hope to succeed.

When thea concrete methodology is used, it can help to provide companies w ith a pow erful digital marketing strategy roadmap. Having a plan in place, know ing the steps you need to take, the tools and steps to sustain your strategy in time, w ill make successful digital marketing much easier.

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
EMPR 7025	Intrapreneurship	Curso Electivo	Crédito Alfabético	0.5	1	[Luis Figueroa]

Descripción:

¿Ustedes quieren hacer un cambio estratégico pero trabajan en un puesto que no les da la autoridad para liderar el cambio estratégico?
¿Ustedes aspiran conseguir dentro de algunos años un puesto más alto que les permita dirigir el cambio estratégico?

No tienen que esperar. Si asumen el papel de un emprendedor corporativo pueden comenzar de inmediato a impulsar el cambio estratégico en sus organizaciones.
Este curso les enseña cómo pueden prepararse para gestionar su idea del cambio estratégico sin tener un mandato oficial.

Los emprendedores corporativos son personas que corren riesgos dentro de una organización. Buscan oportunidades de crear un impacto estratégicamente pertinente a nivel de la organización, movilizar recursos organizacionales, crear soluciones innovadoras y gestionar de forma inclusiva el proceso de cambio.

FINC 5833	Applied Finance	Curso Intercambio	Transfer Credit	1	2	

Descripción:

BFIN 7025	Finanzas Internacionales	Concentración Finanzas y Economía	Crédito Alfabético	1	2	[Conrado Cuevas]

Descripción:

En los últimos años las economías emergentes han tenido un acceso creciente a los mercados financieros internacionales. Esto le ha permitido a las empresas financiarse mediante la colocación de bonos y acciones en los mercados internacionales y los gobiernos han logrado privatizar empresas y atraer capital privado para actividades de infraestructura. Actualmente los inversionistas sofisticados estructuran sus carteras a nivel global.

Los flujos de capital a economías emergentes, sin embargo, colapsaron durante la crisis financiera del 2008 y nuevamente en el 2014 ante la perspectiva de aumentos en las tasas de interés de la Reserva Federal de EEUU. En ambos casos se derrumbaron las monedas de países como Chile y Colombia. Los mismo pasó con la libra esterlina cuando el Brexit obtuvo una mayoría de los votantes británicos en el referéndum de hace unas semanas.

En un entorno tan cambiante como el actual es especialmente importante que un buen gerente entienda cómo valorar y utilizar instrumentos para la cobertura de riesgos. Para tomar las mejores decisiones de inversión, tanto reales como de cartera, también debe ser capaz de analizar las secuelas de la crisis financiera y los grandes desequilibrios que persisten a nivel global.

Objetivos de aprendizaje
Entender cómo los gerentes y los inversionistas pueden aprovechar las oportunidades y manejar los riesgos que resultan de la creciente integración de nuestros países a los mercados financieros internacionales.

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
TECH 6069	Computer Science for Business	Concentración Industria y Tecnología	Crédito Alfabético	1	2	[Jose López]

Descripción:

This course is an Introduction to the intellectual enterprises of computer science and the art of programming. It is a variant of Harvard College's introduction to computer science, CS50, designed especially for business professionals. It is expected to be especially useful for students pursuing further courses in Business Analytics. Whereas CS50 itself takes a bottom-up approach, emphasizing mastery of low -level concepts and implementation details thereof, this course takes a top-dow n approach, emphasizing mastery of high-level concepts and design decisions related thereto. Ultimately this course empow ers students to make technological decisions even if not technologists themselves. Topics include cloud computing, netw orking, privacy, scalability, security, and more, w ith an emphasis on w eb and mobile technologies. Students emerge from this course w ith first-hand appreciation of how it all w orks and all the more confident in the factors that should guide their decision-making.

MKTG 7017	Advanced Marketing	Concentración Mercadeo	Crédito Alfabético	1	2	[Margaret Rose Grigsby]

Descripción:

The scenario for brands and marketing has become much more complex. The w orld of marketing has been impacted by technology shifts, diversification of media and channels, divergence and convergence of consumer behavior.

How ever, although the execution of marketing programs is undergoing a drastic transformation, the underlying principles of marketing and brand building are essentially the same. Effective marketing is driven by understanding the consumer, know ing w here and how to reach them and offer distinctive benefits.

OBJECTIV ES

- Enhance student's understanding of evolving marketing challenges and opportunities
- Understand the change of paradigm from a product orientation to customer centricity.
- Understanding “personas” and customer journeys in order to adapt strategies.
- Explore new concepts, framew orks and approaches in building brands and attracting consumers.

METHODOLOGY

- Cases from different categories.
- Technical Notes
- Guest speakers from leading companies.

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
HHRR 6019	Contemporary Topics in People Management	Curso Electivo	Crédito Alfabético	1	2	[Konstantina Tzini]

Descripción:

People management in the 21st century can be as thrilling as it can be challenging.
This course w ill introduce you to contemporary topics in people management and to broader issues a top-level executive faces in today's tech-savvy, interconnected, fast-paced, and diverse w orkplace.

The course is hands-on, meaning that most of in-class discussions, the group assignment as w ell as the individual final assignment (no exam) w ill focus on discovering business challenges and on designing interventions to address them.

During the sessions w e w ill examine:

i) Specific techniques for data collection, survey design, and experimental design

ii) Best practices related – but not confined – to HR (behavioral interventions, diversity and intergenerational management, w ork-life balance, employee mobility, etc.) focusing on both their advantages and their possible dow nfalls

iii) Current phenomena in the w orkplace (voice mechanisms, w histleblow ing, labor practices, social media influence, etc) w ith the aim of anticipating and resolving challenging situations

FINC 5834	Real Estate Finance	Curso Intercambio	Transfer Credit	1	2	

Descripción:

EMPR 7011	Finanzas para Emprendedores	Concentración Finanzas y Economía	Crédito Alfabético	0.5	1	[Luis Noel Alfaro]

Descripción:

Entre los elementos más comunes y necesarios para el nacimiento de un proyecto empresarial, indudablemente su financiamiento ocupa uno de los puestos más importantes. Rara vez convergen en una misma persona la voluntad de emprender y las ideas necesarias para la creación de una empresa prospera y los recursos financieros necesarios para construirla y hacerla crecer. Generalmente los emprendedores que han identificado una buena oportunidad de negocios y cuentan con una buena idea para aprovechar la misma se enfrenta ante la trágica realidad de la carencia de recursos financieros para su puesta en marcha.

Un nuevo negocio en búsqueda de capital no tiene registros contables ni antecedentes para presentar a inversionistas y prestamistas potenciales. Todo lo que tiene es un plan--a veces escrito, a veces no--que proyecta su futuro desempeño. Esto trae como consecuencia una gran dificultad para obtener financiamiento de los bancos convencionales ya que éstos generalmente requieren estados financieros reales auditados (no proyectados) de los últimos tres años de operación del negocio y garantías reales que cubran adecuadamente el préstamo. Por lo tanto, casi todos los nuevos negocios terminan financiando su etapa de “arranque” con fondos de los propios fundadores y lo que llamamos inversionistas informales: familiares, amigos, vecinos, colegas y compañeros de trabajo y extraños; unos pocos lo financian con fondos de instituciones financieras, principalmente de bancos, y un número minúsculo lo financian con fondos de capital de riesgo, a los cuales usualmente llamamos

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso Créditos		Profesor(es)

inversionistas formales.

Por lo tanto, este curso se enfocará en las distintas fuentes de financiamiento con que puede contar un emprendedor para aprovechar oportunidades de negocio y convertir su idea en un negocio y en el proceso para obtener el financiamiento necesario de estas fuentes.

Objetivo
Al finalizar el curso se espera que los participantes en el mismo se encuentren debidamente preparados para conseguir de forma efectiva y eficiente los recursos financieros necesarios para aprovechar oportunidades de negocio y convertir una idea en un negocio próspero.

SDEV 5022	Intl Energy Development	Curso Intercambio	Transfer Credit	1	2	

Descripción:

ITEC 6040	E-Business	Concentración Finanzas y Economía	Crédito Alfabético	1	2	[Pedro Raventós]

Descripción:
Weill & Vitale define eBusiness as buying, selling, marketing, distributing, servicing and paying for products, services and information using networks that connect firms with their clients, agents, suppliers, competitors and complementors.

eBusiness is not, as sometimes thought, mainly about technology. It is about business, in particular about clear, well-founded, business logic. While a lot of money has been wasted on expensive technologies, poorly suited to firms' strategies, some of the most dramatic changes, like those that have been occurring in the Costa Rican tourism industry, have been based on simple technologies.

eBusiness helps small and large firms but in different ways. eBusiness allows large firms to attain the close relations with customers and suppliers that are usually associated with a reduced scale of operation. eBusiness initiatives allow small firms to economically reach an expanded set of customers and suppliers, both in terms of size and geographic location.

The enormous potential of the Internet to transform business has contributed to extraordinary gains in the shares of Amazon, and to the recent valuations of $62.5 billion for Uber and $30 billion for Airbnb. Investors are betting that these firms will create substantial value and transform entire industries. It is notable that Uber owns no cars and Airbnb owns no rooms. Instead, they are platforms that connect users and suppliers.

Platforms or two sided markets (2SM) drive the industry dynamics of consumer payments, online books, social networks, mobile communications, lodging, peer to peer lending, online education, electronic gambling and all sorts of electronic markets. To obtain and maintain a competitive advantage in platform-mediated activities it is crucial

Módulo : 08MO **Fecha Inicia :** 1/7/2019 **Fecha Finaliza :** 5/30/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
to understand these dynamics.						
MGMT 5530	Investor Reations Strategy	Curso Intercambio	Transfer Credit	0.75	1.5	
Descripción:						
FINC 5833	Applied Finance	Concentración Finanzas y Economía	Transfer Credit	1	2	
Descripción:						
MGMT 5531	Real Estate Dev & Entrepreneur	Curso Intercambio	Transfer Credit	1.5	3	
Descripción:						
FINC 5834	Real Estate Finance	Concentración Finanzas y Economía	Transfer Credit	1	2	
Descripción:						

Módulo : 09MO **Fecha Inicia :** 3/11/2019 **Fecha Finaliza :** 5/10/2019

Código	Materia	Clasificación	Crédito	Peso	Créditos	Profesor(es)
BUSI 5047	Foundations: Business Coaching	Curso Intercambio	Transfer Credit	0.75	1.5	

Descripción:

MCPE 8051	Management Consulting Project	Curso Obligatorio	Crédito MCP	3	6	[Octavio Martínez]

Descripción:

El Management Consulting Project (MCP) es el ultimo módulo de los programas de MBA de INCAE, que consiste en un trabajo de consultoría que debe realizar un equipo multidisciplinario de cinco profesionales, previo a su graduación como MBA de INCAE.
A través de este proyecto empresas podrán disponer de expertos en diversas áreas del quehacer gerencial con una visión internacional y actualizada que le crearán valor.

Objetivos Generales
1. Crear valor significativo para el cliente mediante el trabajo de un Equipo de EstudiantesConsultores.
2. Crear una experiencia “integradora” de análisis y solución de un reto gerencial estratégico para los estudiantes que concluyen su programa de MBA en INCAE.
3. Permitir a INCAE evaluar las capacidades y competencias de sus graduandos a través del desarrollo de un MCP.
3. Permitir a INCAE ajustar aquellos contenidos programáticos de sus módulos de MBA a fin de modificar sus alcances en pro de una mayor y mejor formación.

MGMT 5532	Managerial Decision Making	Curso Intercambio	Transfer Credit	0.75	1.5	

Descripción: