

Módulo : 01MO

Fecha Inicia : 3/18/2019

Fecha Finaliza : 5/30/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|-----------|--|-------------------|-------------------|------|----------|-------------------|
| LDER 6038 | Liderazgo y Desarrollo de Competencias | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 0.4 | 0.8 | [Patricia Cauqui] |

Descripción:

| | | | | | | |
|-----------|-------------------------|-------------------|-------------------|------|-----|----------------|
| MATE 6007 | Matemáticas Financieras | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 0.25 | 0.5 | [Felipe Perez] |
|-----------|-------------------------|-------------------|-------------------|------|-----|----------------|

Descripción:

Objetivos

Este cuarto de curso tiene como objetivo proporcionar al estudiante las herramientas cuantitativas básicas asociadas con las Matemáticas Financieras y la evaluación financiera de inversiones. Estas herramientas son necesarias para un estudiante que inicia un programa de maestría en administración de empresas. Estos conocimientos y destrezas van a ser útiles para enfrentar exitosamente las demandas del programa de maestría en Administración de Empresas en el INCAE. El curso se va a enfocar en temas selectos y en el estudio de conceptos básicos aplicados y valiosos de las matemáticas financieras y de las finanzas.

| | | | | | | |
|-----------|--------------|-------------------|-------------------|-----|---|------------------------|
| COMU 6013 | Comunicación | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 0.5 | 1 | [María Elena Carballo] |
|-----------|--------------|-------------------|-------------------|-----|---|------------------------|

Descripción:

Introducción

Partiremos de la noción de que la empatía con la audiencia es condición necesaria para la comunicación. Estudiaremos y/o practicaremos tres habilidades de comunicación: la de persuadir para liderar, la de contar relatos (storytelling) que capturen la imaginación y persuadan a nuestras audiencias y la de sintetizar nuestras ideas en mensajes clave. Además, exploraremos la ética de la persuasión y la importancia del lenguaje no verbal.

Objetivo general

Conocer y practicar actitudes, valores y herramientas que dan ventajas al comunicarse.

Objetivos específicos

- Introducir descubrimientos de la neurociencia en cuanto a la persuasión.
- Iniciar la elaboración y el uso de storytelling para comunicarnos.
- Refinar mensajes clave sobre un proyecto, organización y uno mismo.
- Discutir la ética de la persuasión a la luz de nuevos conocimientos
- Buscar la coherencia entre el lenguaje verbal y el no verbal.

Módulo : 01MO

Fecha Inicia : 3/18/2019

Fecha Finaliza : 5/30/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|-----------|--------------------|-------------------|-------------------|------|----------|------------------------|
| ADMI 6189 | Toma de Decisiones | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 0.5 | 1 | [Julio Sergio Ramirez] |

Descripción:

Objetivos del curso

- Desarrollar los conocimientos y destrezas de Pensamiento Crítico claves para la toma de decisiones
- Fortalecer las capacidades para el análisis y la toma de decisiones en problemas gerenciales reales
- Fortalecer el punto de vista gerencial, mediante el dominio de las técnicas de análisis de problemas complejos que se presentan en la vida real en empresas públicas y privadas, y mediante el desarrollo y fortalecimiento de las actitudes y valores propios de la gerencia eficaz

| | | | | | | |
|-----------|-------------------|-------------------|--------------------|-----|---|---------------|
| GPUB 6031 | Análisis Político | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [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 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, a pesar de ellas, perdurar. Por lo general, las decisiones difíciles están asociadas a la cuestión fiscal.

| | | | | | | |
|-----------|--------------------|-------------------|--------------------|-----|---|-----------------------|
| ECNM 6074 | Análisis Económico | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [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 situación económica de los países y la región en que opera, así como la manera como su compañía enfrenta lo que le rodea. La meta de este curso es enseñar al estudiante a percibir, comprender y reaccionar a los fenómenos económicos que le afectan.

Objetivos Específicos

- Comprensión de indicadores económicos. Indicadores y estadísticas utilizadas para "tomarle el pulso" a una economía, y que son de uso frecuente por los expertos, la prensa y el gobierno. Más allá de entender definiciones y métodos de cálculo de dichos indicadores, la meta es que el estudiante pueda traducir, al observar estos indicadores, el mensaje de dichos números acerca del presente y el futuro de la condición económica que rodea a su empresa, su mercado, sus proveedores, sus fuentes de financiamiento, sus precios y su gobierno.

Módulo : 01MO

Fecha Inicia : 3/18/2019

Fecha Finaliza : 5/30/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

- Ciclo de negocios y el entorno económico de corto plazo. Una empresa puede verse particularmente afectada por la volatilidad de corto plazo de una serie de variables. Es importante poder comprender y reaccionar ante las sorpresas ocasionales. En particular, es imperativo entender lo que determina la evolución próxima de la capacidad de compra de la economía, de las tasas de interés, los precios y el tipo de cambio.
- Entendiendo y prediciendo crisis. Ciertos problemas e incidentes pueden llevar a la economía a una crisis: un cambio súbito en las condiciones, que implique la imposibilidad de operar los mercados en las formas en que usualmente lo hacen.
- Comprensión de medidas de política económica de corto plazo. Existen diferentes instrumentos que tiene a su alcance el Estado para influenciar el desempeño macroeconómico del país. El interés no es discutir como gobernar; la meta es que el estudiante pueda anticipar las acciones gubernamentales que afectan a su empresa.
- Comprensión de los determinantes del crecimiento económico y el desarrollo. Así como las decisiones cotidianas se toman en relación con la evolución económica de corto plazo, las decisiones estratégicas se toman en parte con base a la dirección de largo plazo que lleva un país y una economía. El crecimiento económico afecta de forma muy sustancial a una sociedad en el largo plazo.

CONT 4008 Introducción a la Contabilidad Curso Obligatorio Crédito Pass/Fail 0.5 1

Descripción:

Módulo : 02MO

Fecha Inicia : 5/27/2019

Fecha Finaliza : 7/15/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

BFIN 6104 Estrategia Financiera Curso Obligatorio Crédito Alfabético 1 2 [Eduardo Montiel]

Descripción:

Objetivos del Curso

Este curso tiene como objetivo general fortalecer el análisis crítico para administrar una empresa utilizando diferentes conceptos, técnicas y estrategias financieras. El enfoque está basado en la aplicación práctica de conceptos y técnicas financieras a casos reales. Como notará, muchos de estos casos son recientes y de la región.

Descripción de contenido

Los temas que se cubrirán en este curso son los siguientes:

- Análisis y Pronóstico Financiero
- Administración del Capital de Trabajo

Módulo : 02MO

Fecha Inicia : 5/27/2019

Fecha Finaliza : 7/15/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

- Costo de Capital
- Evaluación de Empresas y Proyectos
- Mercados Financieros
- Mercados Eficientes y Finanzas Conductuales
- Ajustes en Valoración
- Posible Futuro de las Finanzas

| | | | | | | |
|-----------|------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------------------|
| ESTR 6049 | Estrategia Corporativa | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Octavio José Martínez Argüello] |
|-----------|------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------------------|

Descripción:

Descripción general del curso

¡Bienvenidos a al curso de Estrategia Corporativa! Ésta es la forma en que una corporación crea valor a través de la configuración y coordinación de sus actividades multimercado. Durante las distintas sesiones, estudiaremos el alcance de la corporación en tres dimensiones: tipos de productos, espacio geográfico y las etapas de la cadena de valor en que participa.

La pregunta central analizada en este curso es “¿Cómo se agrega valor desde el centro de la corporación?” Para responder a esta pregunta buscamos definir los límites de la corporación y la forma en que sus distintas unidades de negocio desarrollan su estrategia. A lo largo de las sesiones vamos a estudiar situaciones que enfrentan grandes corporaciones en distintas industrias y contextos. Nuestras discusiones abordarán de diferentes maneras las siguientes preguntas: ¿Cómo justificamos la existencia del centro corporativo? ¿Qué actividades y negocios deben mantenerse dentro de la empresa y cuáles deben ser perseguidos por otros medios? ¿En qué forma debe expandirse la corporación? ¿Qué negocios deben ser vendidos? ¿Cómo globalizamos nuestros negocios? Todos estos temas serán analizados desde la perspectiva del CEO y de la Junta Directiva.

Objetivos de Aprendizaje

A nivel general, se espera que el estudiante desarrolle su perspectiva personal en la identificación y resolución de problemas y oportunidades estratégicas que enfrenta el equipo directivo a nivel corporativo.

Específicamente los objetivos de este curso son:

- 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.
- 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:
 - o Una clara definición de la dirección corporativa.
 - o La identificación y/o creación de recursos estratégicos.
 - o Analizar el alcance corporativo evaluando el portafolio de negocios utilizando, entre otras, las pruebas de “la ventaja” y de “la propiedad”.

Módulo : 02MO

Fecha Inicia : 5/27/2019

Fecha Finaliza : 7/15/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

- o El desarrollo de habilidades para fortalecer las estrategias de internacionalización de manera que permitan comprender las oportunidades de adaptación, economía de escala y arbitraje.
- o Alianzas, Fusiones y Adquisiciones.
- o La organización, estructura y sistemas que permitan controlar y desarrollar coherencia y sinergias entre las unidades de negocio que lo ameriten.

| | | | | | | |
|-----------|------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|---------------------|
| ESTR 6050 | Estrategia Competitiva | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Esteban R. Brenes] |
|-----------|------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|---------------------|

Descripción:

Descripción del curso

El curso trata sobre el trabajo de la alta gerencia de las organizaciones. Como tal, la perspectiva adoptada es la del gerente general de la corporación, negocio o división quien debe estar preocupado del éxito general de la empresa. Nos enfocaremos en las perspectivas y habilidades requeridas por el gerente general para diagnosticar y encontrar soluciones realistas a problemas críticos en situaciones de negocios complejas. Nuestro interés se centrará en la efectividad de la organización más bien que en la eficiencia o como ha dicho Peter Drucker, "hacer las cosas correctas" en vez de "hacer las cosas bien".

Debido a que el trabajo del gerente general se relaciona con todas las áreas funcionales, el curso provee una perspectiva de "negocio total". La visión general del curso ayudará al estudiante a integrar los cursos introductorios y los de áreas funcionales que tomará en el futuro. Este curso desarrolla el concepto de Estrategia por Unidad de Negocio que trata sobre decisiones estratégicas en diversos tipos de empresas concentradas en un solo negocio.

El curso es también útil para los especialistas de las áreas funcionales. Dado el continuo incremento en la complejidad y especialización de las organizaciones, es importante que los especialistas adquieran una capacidad no técnica: la habilidad de percibir la organización como un todo, que tengan un sentido de su misión, su carácter y su dirección. Si los especialistas no conocen el propósito que sirven, difícilmente podrán servirle.

Objetivos de aprendizaje

El objetivo es que el estudiante desarrolle su propia síntesis y enfoque personal para identificar y resolver los problemas estratégicos que enfrenta la alta gerencia de la organización. Esto se logrará complementando y desarrollando nuevos conocimientos alrededor de herramientas gerenciales en estrategia, así como, desarrollando habilidades de pensamiento estratégico.

| | | | | | | |
|-----------|------------|-------------------|--------------------|---|---|--|
| ESTR 6046 | Estrategia | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 1 | 2 | |
|-----------|------------|-------------------|--------------------|---|---|--|

Descripción:

Módulo : 03MO

Fecha Inicia : 7/15/2019

Fecha Finaliza : 8/17/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|-----------|-------------------------|-------------------|--------------------|------|----------|-----------------------|
| MERC 6068 | Estrategia de Marketing | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 1 | 2 | [José Alberto Exprúa] |

Descripción:

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 19 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 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.

Contenido Académico:

- El concepto de valor de marca y su valorización cualitativa y cuantitativa.
- Desarrollo y evaluación de políticas de marcas.
- Estrategia para el manejo de la cartera de marca y extensiones de marcas.
- Manejo de relaciones clave para el valor de la marca: segmentación, producto, canales, comunicación y servicio. En resumen, como gerenciar y desarrollar carteras de 59 marcas exitosas.

| | | | | | | |
|-----------|-------------------------|-------------------|--------------------|---|---|----------------------|
| OPER 6068 | Gerencia de Operaciones | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 1 | 2 | [Roy Gerardo Zuñiga] |
|-----------|-------------------------|-------------------|--------------------|---|---|----------------------|

Descripción:

Descripción

Cada vez más se reconoce la importancia que tienen las operaciones para la competitividad de las empresas. De hecho, el área de operaciones puede ser un arma de doble filo, encontrándose casos

Módulo : 03MO

Fecha Inicia : 7/15/2019

Fecha Finaliza : 8/17/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso Créditos | Profesor(es) |
|---------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|---------------------|
|---------------|----------------|----------------------|----------------|----------------------|---------------------|

donde ha catapultado a las organizaciones y otros donde el manejo incorrecto de las operaciones más bien las ha hundido. Por ésta y otras razones que veremos en el curso, resulta indispensable que un estudiante del EMBA conozca y estudie tanto algunas de las herramientas tradicionales como modernas disponibles para gestionar las operaciones y sus interrelaciones con otras áreas de la organización.

Objetivo general

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

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

Objetivos específicos

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

Módulo : 04MO

Fecha Inicia : 9/9/2019

Fecha Finaliza : 9/14/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

| | | | | | | |
|-----------|-------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------|
| OPER 6069 | Supply Chain Management | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Roy Gerardo Zuñiga] |
|-----------|-------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------|

Descripción:

| | | | | | | |
|-----------|------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------|
| OPER 6070 | Simulación Empresarial | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Luis Eduardo López] |
|-----------|------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------|

Descripción:

Módulo : 05MO

Fecha Inicia : 10/7/2019

Fecha Finaliza : 10/12/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

| | | | | | | |
|----------|-------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------|
| NEG 6035 | Negociación | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Rocio Pastor] |
|----------|-------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------|

Descripción:

Descripción

Un entorno de negocios cada vez más multicultural, multigeneracional, multidisciplinario, multiconectado y multilocalizado requiere de conocimientos, habilidades y herramientas de negociación que faciliten la obtención de acuerdos, en una variedad de situaciones y con una diversidad de interlocutores, a lo interno y externo de las organizaciones.

Si bien los negociadores más exitosos suelen ser personas que adoptan un enfoque colaborativo centrado en satisfacer las necesidades de ambas partes, no existe un único estilo que asegure el éxito con todo tipo de públicos, en todo tipo de situaciones. La clave está en calibrar y adaptar el estilo de negociación según la contraparte y las circunstancias.

Un negociador eficaz tiene claros sus intereses y se esfuerza en entender las motivaciones de la otra parte. Un negociador eficaz es consciente de su propio estilo de negociación y de sus preferencias y sabe reconocer los estilos y las preferencias de los otros. Un negociador eficaz presta tanta atención a la forma como él se comunica como a las maneras en que sus interlocutores lo hacen.

El desafío de la negociación empieza por el autoconocimiento. Cuanto más capaces seamos de entendernos a nosotros mismos, más capaces seremos de entendernos con los demás. El objetivo: construir confianza y generar sintonía con las contrapartes para llegar a más y mejores acuerdos.

Objetivo general

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

Objetivos específicos

Módulo : 05MO

Fecha Inicia : 10/7/2019

Fecha Finaliza : 10/12/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

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

Módulo : 06MO

Fecha Inicia : 10/7/2019

Fecha Finaliza : 11/9/2019

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

| | | | | | | |
|-----------|----------------------|-------------------|--------------------|---|---|--------------------|
| BFIN 6110 | Finanzas Corporativa | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 1 | 2 | [Mauricio Jenkins] |
|-----------|----------------------|-------------------|--------------------|---|---|--------------------|

Descripción:

| | | | | | | |
|-----------|----------------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|-------------------|
| MERC 6074 | Marketing Digital y Data Science | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Sergio Restrepo] |
|-----------|----------------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|-------------------|

Descripción:

Módulo : 07MO

Fecha Inicia : 1/6/2020

Fecha Finaliza : 1/10/2020

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|
|--------|---------|---------------|---------|------|----------|--------------|

| | | | | | | |
|-----------|-------------------------|-------------------|-------------------|---|---|---|
| BUSI 6032 | Doing Business in China | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 1 | 2 | [Yang Li] [Eduardo Morcillo] [Bing Xiang] [Li Zhou] [Bingsheng Teng] [Ouyang Hui] |
|-----------|-------------------------|-------------------|-------------------|---|---|---|

Descripción:

Módulo : 08MO

Fecha Inicia : 2/3/2020

Fecha Finaliza : 2/8/2020

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|-----------|--|-------------------|--------------------|------|----------|-------------------|
| LDER 6039 | Liderazgo y Desarrollo de Competencias | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Patricia Cauqui] |

Descripción:

Descripción del curso

Las primeras décadas del siglo XXI están suponiendo un profundo cambio, tanto en el tipo de retos que debemos afrontar como sociedad, como en la velocidad de respuesta requerida. Inmersas en la vorágine del contexto actual determinado por grandes retos globales, las organizaciones necesitan generar soluciones ágiles para seguir siendo competitivas. Ello implica una revisión profunda de sus propósitos y sus formas de actuar en donde el liderazgo ocupa un lugar principal cómo guía de la organización y la fuente de atracción y desarrollo de talento.

Sin embargo, inercias muy establecidas por modelos anteriores de liderazgo (autoritarismo, verticalidad, excesivo control, falta de equilibrio entre vida profesional y personal, o uniformidad en las cúpulas directivas, por citar algunos), que respondían a otros contextos y necesidades, limitan la capacidad de adaptación de muchas organizaciones.

Desde el punto de vista individual, muchos profesionales experimentan actualmente barreras mentales similares, limitantes para su desarrollo: sus vidas discurren entre la polaridad de lograr lo que han aprendido de los modelos anteriores, que es éxito social y económico, y la inquietud interna de lograr una vida mas alineada con los propios principios y valores.

Este curso se basa en una combinación de teorías que permiten abordar un desarrollo integral de las competencias de los participantes desde la comprensión del funcionamiento biológico del ser humano y su comportamiento en distintos contextos. Algunos de los marcos conceptuales revisados para el diseño del curso son la Economía del Comportamiento de Daniel Kahneman, las aplicaciones organizativas de las Neurociencias Básicas desarrolladas por Antonio Damasio, Eric Kandel y Joseph Lex Doux, la Inteligencia Emocional de Daniel Goleman y la Teoría de Cambio Intencional de Richard Boyatzis.

El curso propone una reflexión amplia sobre los retos de liderazgo que plantea el 2 Siglo XXI y el contexto laboral de la Cuarta Revolución Industrial e incentiva a cada participante a desarrollar su propio modelo de liderazgo, con autenticidad, basado en su sistema de valores. El objetivo final es generar en los participantes la urgencia y la necesidad de contribuir a la transformación del liderazgo manteniendo centrales los valores fundamentales propios y los de sus colaboradores.

Objetivos de aprendizaje

El curso tiene como objetivo ayudar a los participantes a desarrollar un modelo personal de liderazgo basado en sus propósitos de vida y sus valores, así como a desarrollar las competencias gerenciales necesarias para ser competitivos en el futuro mundo laboral.

Para lograr los objetivos, el curso combina sesiones presenciales, trabajo individual y trabajo con un equipo especializado de coaches ejecutivos para lograr el desarrollo integral en 3 niveles de Liderazgo: liderazgo personal, liderazgo de equipos y liderazgo de la organización y el entorno.

| | | | | | | |
|-----------|---------------------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|---------------------|
| ADMI 6184 | Design Thinking and Change Management | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Guillermo Cardoza] |
|-----------|---------------------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|---------------------|

Descripción:

Módulo : 09MO

Fecha Inicia : 3/2/2020

Fecha Finaliza : 3/7/2020

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|-----------|-------------------------|-------------------|--------------------|------|----------|------------------------|
| ITEC 6073 | Sistemas de Información | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Juan Carlos Barahona] |

Descripción:

| | | | | | | |
|-----------|-------------------|-------------------|--------------------|-----|---|--------------------|
| ADMI 6186 | Control Gerencial | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Luis Noel Alfaro] |
|-----------|-------------------|-------------------|--------------------|-----|---|--------------------|

Descripción:

Introducción

Toda organización, independientemente que esta sea del sector privado, público, o no gubernamental, con o sin fines de lucro, necesita de un sistema de control gerencial que le permita cumplir con su visión, misión, y objetivos estratégicos y operativos. Consecuentemente, este curso ha sido diseñado con el propósito de presentar, analizar, y discutir distintos sistemas de control gerencial usados en el mundo empresarial e institucional.

Los sociólogos asocian el control con influencia y/o poder y los gerentes y empresarios con planeamiento, retroalimentación, objetivos y metas organizacionales. Este curso se enfocará en la implementación de estrategia y en las herramientas que los gerentes pueden utilizar para cumplir con la visión, misión, objetivos estratégicos y metas de la empresa u organización.

Objetivo

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

Módulo : 10MO

Fecha Inicia : 3/30/2020

Fecha Finaliza : 4/3/2020

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|-----------|--|-------------------|-------------------|------|----------|--|
| STGY 6041 | Driving Strategic Innovation in your fir | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 1 | 2 | [Jay Rao] [Leslie Charm] [Edward Marram] |

Descripción:

Módulo : 11MO

Fecha Inicia : 4/27/2020

Fecha Finaliza : 5/6/2020

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|---------------|-----------------------------|----------------------|-------------------|-------------|-----------------|---|
| NEG 6036 | Strategic Talent Management | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 1 | 2 | [Francisco Loscos] [Jose María Gasalla] |

Descripción:

Módulo : 12MO

Fecha Inicia : 5/25/2020

Fecha Finaliza : 6/1/2020

| Código | Materia | Clasificación | Crédito | Peso | Créditos | Profesor(es) |
|---------------|----------------------------|----------------------|--------------------|-------------|-----------------|---------------------|
| HUMA 6010 | Creating Value from Values | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Andrea Prado] |

Descripción:

| | | | | | | |
|-----------|---------------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------------------|
| ESTR 6048 | Implementación de la Estrategia | Curso Obligatorio | Crédito Alfabético | 0.5 | 1 | [Octavio José Martínez Argüello] |
|-----------|---------------------------------|-------------------|--------------------|-----|---|----------------------------------|

Descripción:

| | | | | | | |
|-----------|-------------------------|-------------------|-------------------|------|-----|----------------|
| ADMI 6198 | Persuasión e Influencia | Curso Obligatorio | Crédito Pass/Fail | 0.25 | 0.5 | [Susan Clancy] |
|-----------|-------------------------|-------------------|-------------------|------|-----|----------------|

Descripción: