

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

SUMILLAS DE LAS ASIGNATURAS OFRECIDAS PARA EL INTERCAMBIO CON EL CONSORCIO DE UNIVERSIDADES

PRIMER SEMESTRE 2024

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Departamento Académico de Administración

142089 - Growth Strategies for Startups

This course delves thoroughly into growth strategies, frameworks and tools for fostering compounding growth. We combine principles of business economics (foundations) with the latest growth frameworks, including growth loops and a quantitative growth model. While this is not a technical course, it addresses the managerial, financial, and analytical dimensions of growing both a startup and a consolidated business. Our objective is to equip you with the skills to innovate and drive growth in any business context.

141613 - Marketplace Management

This course will allow students to implement and develop digital Marketplaces using performance indicators and frameworks related to a platform thinking approach, from the initial phase of the project until the scaling stage

142050 – Modelo de Negocios Disruptivos

La revolución tecnológica está conduciendo a una nueva forma de hacer negocios en todo el mundo. Concretamente, a través de la innovación digital los emprendedores están logrando proponer modelos de negocio muy escalables y altamente rentables con un gran impacto en la sociedad. En este curso se desarrollará estrategias para crear Modelos de Negocio Disruptivos inspirados en casos.

141748 - Formación y Desarrollo del Talento

El curso pretende involucrar al alumno en el proceso de formación y desarrollo de talento, para lograr construir organizaciones de alto rendimiento. El enfoque está basado en el concepto de gestión integral del talento y pretende darle al alumno una visión general de los procesos y herramientas más importantes que influyen en la gestión de este, así como en la creación de organizaciones de alto desempeño. Al finalizar el curso, el alumno estará en capacidad de crear planes de capacitación y desarrollo de carrera prácticos, en base a diagnósticos objetivos y herramientas reales, contribuyendo así a crear organizaciones altamente efectivas.

142063 - Estrés y Salud Mental en el Trabajo

El curso guía a los alumnos en el estudio de la salud mental en el mundo organizacional, siendo el estrés el problema con mayor relevancia, por su frecuencia, intensidad y repercusión en los ambientes de trabajo.

Los alumnos identificarán los indicadores de la aparición del estrés en sí mismos y en otros, reconociendo sus causas y consecuencias. También seleccionará tácticas para reducir el estrés y aportar a un mejor clima laboral, conociendo la importancia de la salud mental. Así estará en condiciones de elaborar un plan que facilite la toma de acciones que la fortalezcan.

142209 – Gestión del Conocimiento

El curso tiene como objetivo identificar los factores que contribuyen con una cultura organizacional que favorece el aprendizaje. Elaborar un plan que permita gestionar el conocimiento en las organizaciones. Identificar y valorar, según el contexto, el rol de la tecnología y los mecanismos de gestión que faciliten la transferencia de conocimiento. Relacionar la gestión del conocimiento con la innovación empresarial.

140465 – Gestión de Procesos en Servicios

El curso permite diseñar, planificar, organizar, gestionar y controlar los procesos de servicios, con una orientación al cliente y un enfoque integral de procesos eficaces y eficientes que añadan valor a la organización

142071 – Gestión de E-Commerce y Logística de la Última Milla

Al término del curso, el alumno será capaz de entender el funcionamiento de un e-commerce y la logística de última milla siempre enmarcados en la realidad empresarial de nuestro país.

142088 - Gestión Empresarial de Impactos Ambientales y Economía Circular

A través del desarrollo del curso los estudiantes conocerán, desde una perspectiva estratégica, cómo identificar, desarrollar, proponer y justificar una estrategia de negocio bajo el concepto de economía circular. El paradigma de las 3Rs (reusar, reducir y reciclar) será desarrollado a través de 10 estrategias circulares “Rs” que pueden ser integrados en 5 modelos de negocios circulares. Al término del curso, el alumno tendrá la capacidad para ayudar a las empresas en acelerar su transición hacia una economía más circular al tener un uso óptimo de los recursos, una menor cantidad de emisiones y brindar prosperidad a la sociedad.

142090 - Gobierno corporativo

El curso busca analizar los beneficios para las empresas al implementar las buenas prácticas de Gobierno Corporativo contribuyendo a mejoras en la sostenibilidad y desempeño de las empresas. Al mismo tiempo, promover una cultura de cumplimiento normativo y ética para cumplir las normas vigentes, minimizar los riesgos asociados al incumplimiento y generar valor, más competitividad y sostenibilidad en el tiempo. Podrán también, identificar los riesgos éticos relacionados con el modelo de negocio de cada empresa teniendo en cuenta las normas y regulaciones vigentes.

141775 - Toma de Decisiones - Simulador: Blue Ocean Strategy

Al final del curso el estudiante será capaz de tomar decisiones sobre la base de la estrategia de Océano Azul aplicando tanto de su capacidad de análisis como su pensamiento crítico.

Se trabajará en equipo mediante un simulador en el cual podrán crear estrategias de diferenciación y bajos costos; poniéndolas en práctica como solución a problemas gerenciales planteados en un ambiente virtual.

140752 - Gestión de la Cultura Empresarial

Al igual que las personas, las organizaciones como entidades vivas- desarrollan una particularidad, la de poseer un espíritu que guía su accionar y, de forma particular, a los miembros que la integran; aunque en muchos casos, también puede ser el germen para una destrucción interna de los valores que en un inicio prevalecieron en la constitución de la propia organización. Considerado un activo intangible único e inimitable, dicho espíritu puede ser formado, reformado, cultivado, enriquecido, pero sobre todo cuidado, a fin de lograr una ventaja competitiva para la organización. Nos referimos a la Cultura Empresarial.

141564 - Core Management Concepts

This course offers a broad vision of management's main areas and its intellectual foundations. During reviewing the different theories, the students should obtain tools that allow them to have a managerial perspective when applying them. This course aims to give students a thorough grounding in the critical management sub-disciplines; provide an overview of the development of these disciplines; to illustrate the disciplinary anchors of these disciplines in sociology, psychology, and economics.

142054 - Management and Social Media

This course is about social media in the context of digital economy within social media platforms operate. The course provides an analysis of social media as multi-sided digital platforms and the distinctive ways they serve the interests of a range of stakeholders, including platforms owners, users, advertisers, start ups and data analytic companies.

143764 – Retención y Compensación de Talento

Durante el desarrollo del curso, el estudiante habrá sustentado dos trabajos prácticos relacionados al explicar el funcionamiento de la política de compensaciones de una empresa y el otro que evaluará las prácticas de retención del talento de una organización.

Los estudiantes identificarán las debilidades y fortalezas de las políticas de retención del talento y de su política de compensación. Los estudiantes tendrán una visión integral y multidisciplinaria en el proceso de toma de decisiones.

142212 – Estilos de Vida y Desarrollo Sostenible

El curso busca que el estudiante plantee una propuesta de acción que implica un cambio en los hábitos de los estilos de vida para el estudiante y su entorno, considerando los aspectos fundamentales para lograr un estilo de vida más sostenible

141952 - Business Strategy for Digital Transformation

This course is aimed to provide the broad understanding of digital transformation in the context of existing enterprises and newly created companies and bring light on the influences the megatrends such as AI, Cloud Computing, Big Data, Blockchain, Metaverse and others have on the underlying business strategies. Also is focused on going into detail into the different aspects of digital transformation within the companies and its impact on people, processes, technology and whole business models.

142501 - Gestión de la Calidad

El curso de Gestión de la Calidad busca que el alumno comprenda los componentes que explican la existencia de la calidad en un producto o servicio. Además, conocerá los modelos, enfoques y herramientas para organizar, dirigir y evaluar las actividades de gestión de la calidad dentro de las organizaciones. El alumno será capaz de aportar en la solución de los problemas generados por la no calidad en las organizaciones, en base al enfoque del mejoramiento continuo, mediante la identificación de las causas y el trabajo en equipo.

144772 - Gestión de Empresas Familiares

El curso de Gestión de Empresas Familiares tiene como objetivo que se analice una empresa familiar, probablemente la propia, con el fin de aceptarla como alternativa o desecharla, o entender su mecanismo. El alumno gestionará herramientas que le permitan manejar conflictos y estrategias de su propia empresa familiar o ajena.

146771 - Gestión de la Innovación

El curso de Gestión de la Innovación busca que el alumno desarrolle una visión integral y multidisciplinaria del proceso de toma de decisiones que promuevan la innovación en las organizaciones. Además, que sea capaz de diseñar modelos de gestión orientados a crear y/o innovar productos y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes y elaborar estrategias de innovación para las organizaciones, como parte de su rol de gestor de recursos y capacidades organizativas.

141401 - Manejo de Conflictos

El curso pretende dar a conocer y desarrollar las habilidades necesarias, que permita a los alumnos tener un adecuado afrontamiento en el manejo de conflictos, con una Comunicación asertiva, Liderazgo Interior, Responsabilidad social, Pensamiento crítico, entre otras competencias asociadas.

141765 - Selección y Evaluación de Personal

El curso busca que el alumno comprenda y esté en la capacidad de diseñar un proceso de reclutamiento y selección considerando los diferentes factores a considerar incluyendo la naturaleza de la organización y el perfil del puesto que se desea cubrir. Respecto al proceso de

evaluación del desempeño, el alumno logrará al final del curso entender cómo funciona y se diseña un sistema de evaluación, pero también estará en la capacidad de implementar un proceso de retroalimentación, que es la tendencia de las organizaciones modernas.

Departamento Académico de Contabilidad

Asignaturas obligatorias

163059 AUDITORÍA

Este curso permitirá implementar el programa de desarrollo, la ejecución y el control de las auditorías de estados financieros. Proporcionará los conceptos principales respecto de normas contables y de auditoría; enfoques, clases y riesgos de auditoría; la auditoría de cuentas en el contexto económico actual; la responsabilidad y la independencia de los auditores; la profesión del auditor; la regulación legal de la auditoría; además de la metodología de la auditoría, la organización del trabajo, la planificación y el programa de auditoría, los procedimientos de auditoría, la evidencia en auditoría, la documentación y el archivo del trabajo de auditoría.

160169 CONTABILIDAD FINANCIERA APLICADA

Este curso permitirá al alumno manejar la dinámica del Plan Contable General para Empresas y elaborar el Estado de Flujo Efectivo, mediante el registro de transacciones a través de la aplicación del Plan Contable General para Empresas, y la explicación del movimiento de efectivo en un periodo determinado.

160025 CONTABILIDAD PARA LA TOMA DE DECISIONES

Este curso permitirá al alumno costear productos, servicios, u otros elementos de costo, a efecto de generar reportes, entender y manejar la información referida a costos para el control de la organización y de proyectos. Entre otros proporciona los conceptos de costos de producción, costeo por procesos, costeo por actividades, presupuesto maestro, presupuesto estático y flexible y análisis de variaciones presupuestales. De tal manera que el alumno posea las herramientas necesarias para afrontar decisiones empresariales de gestión.

160090 CONTABILIDAD Y FINANZAS AVANZADAS

El curso contribuye al análisis y resolución de situaciones contables y financieras complejas proponiendo soluciones en base a utilización de instrumentos financieros basados en las normas contables y tributarias vigentes, teniendo en consideración una visión general empresarial y un profundo análisis del entorno y de las empresas.

Por ende, los estudiantes deberán afrontar situaciones que los llevarán a tomar decisiones mediante un proceso analítico y reflexivo. En tal sentido, el estudiante selecciona proyectos y portafolios de inversión de renta variable, renta fija y mixta utilizando software especializado.

160091 CONTROL INTERNO Y GESTIÓN DEL RIESGO

Este curso permitirá comprender, analizar e implementar sistemas de control interno en los principales procesos de negocios de las organizaciones a través del COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). Proporcionará los conceptos principales respecto a: gestión integral de riesgos de acuerdo con los principales estándares internacionales que rigen este rubro a nivel internacional como es el COSO Internal Control - Integrated

Framework y cómo este marco se integra a la estrategia y desempeño de las organizaciones acompañando a tales organizaciones a la consecución y logro de su visión y misión.

160174 GESTIÓN Y COSTOS ESTRATÉGICOS

Al término del curso, el estudiante sustentará un informe integral formulado sobre un tema relevante de gestión estratégica de costos en una organización. Para ello, aplicará los diferentes instrumentos de gestión y costos, y sustentará los diferentes informes o reportes de gestión y costos que correspondan al tema propuesto.

160094 TRIBUTACIÓN APLICADA I

Este curso brinda los conocimientos prácticos sobre los principales tributos que afectan las actividades empresariales en el país, previa revisión de los aspectos teóricos necesarios, para lograr un adecuado manejo contable de los tributos, y, con ello, cumplir oportuna y completamente las obligaciones tributarias.

160096 TRIBUTACIÓN APLICADA II

El curso brinda conocimientos teórico-prácticos sobre los principales tributos del Sistema Tributario Nacional a los que se sujetan las personas naturales y jurídicas en el desarrollo de sus actividades, con el fin de lograr un tratamiento adecuado de sus diversas obligaciones tributarias. En esta asignatura, se tratarán aspectos tributarios avanzados contenidos en la Constitución, el Código de Comercio, la Ley General de Sociedades, el Sistema Nacional de Contabilidad y el Sistema Tributario Nacional, entre otros dispositivos de nuestra estructura legislativa. Asimismo, se estudiarán aspectos complejos sobre infracciones, sanciones y delitos, Impuesto a la Renta, Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo, Tributos Municipales, Impuesto Temporal a los Activos Netos y otros tributos.

160132 ASPECTOS JURÍDICOS PARA LOS NEGOCIOS

El curso es un tratado teórico-práctico de la doctrina y legislación aplicable a los negocios a partir de los sujetos del sistema económico empresarial, es decir, el Estado, los Agentes Económicos y la Sociedad de Consumo.

En otro orden de cosas, el curso amerita el estudio del desarrollo de las actividades económicas y de negocios empresariales en un contexto interno de los niveles de pequeñas, medianas y gran empresa; y en el orden externo, el comercio internacional a partir de convenios bilaterales o multilaterales a través de los Tratados de Libre Comercio.

Los instrumentos jurídicos para la realización de negocios, los contratos empresariales, y el tratamiento tributario y laboral de las organizaciones empresariales

160130 ASPECTOS TRIBUTARIOS PARA LA EMPRESA

Mediante el presente curso se pretende proporcionar las herramientas de control tributario fundamentales para los decisores de la empresa, relacionadas con el planeamiento fiscal efectivo y legalmente válido, con la finalidad de evitar las contingencias tributarias y generar así el ahorro en costos fiscales. En esa línea, se estudiarán las figuras y las situaciones más relevantes y/o controvertidas en materia tributaria, tanto del Código Tributario como de los principales tributos, en base al análisis de casos prácticos.

160140 CONSTITUCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE MYPE

Este curso-taller permitirá al alumno conocer y experimentar en la práctica, paso a paso, todos los procedimientos, las instituciones, los requisitos, los trámites, la documentación, las autorizaciones y/o los registros especiales, el tiempo y los costos involucrados en la constitución de una empresa o la formalización de una empresa en marcha. En ese sentido, al final del curso-taller el alumno estará en condiciones de constituir su propia empresa o de convertirse en promotor o asesor de micro y pequeñas empresas para orientar a sus clientes o público objetivo en su proceso de constitución y formalización empresarial.

160143 CONTABILIDAD Y FINANZAS PERSONALES

Este curso permitirá al alumno ampliar su cultura financiera que le permita organizar y administrar de manera responsable y adecuada sus recursos financieros personales, recurriendo a las técnicas de la planificación personal, el presupuesto financiero y la administración financiera adaptada a las necesidades de las personas, con el fin de tomar decisiones financieras pertinentes que faciliten su crecimiento personal y profesional, viviendo sin riesgos que afecten su economía ni la posibilidad de vivir, elegir y disfrutar.

160116 CORRUPCIÓN Y EMPRESA

Este curso brinda las herramientas teóricas y prácticas a fin de lograr que el estudiante conozca las funciones de los principales organismos públicos que interactúan con las diversas clases de empresas. El alumno conocerá el concepto de corrupción, cómo ha perdurado a través del tiempo y cómo influye actualmente en las relaciones empresa – Estado. Además, desarrollará capacidades para que en el ejercicio profesional pueda afrontar el fenómeno de la corrupción exitosamente.

160154 EVALUACIÓN FINANCIERA PARA NO CONTADORES

Al finalizar el curso, el estudiante estará en capacidad de analizar y evaluar la información financiera de una empresa. El curso ofrece las herramientas teóricas necesarias para que pueda realizar la evaluación financiera de una entidad, sobre la base de los estados financieros e información adicional que complemente el estudio.

Departamento Académico de Marketing y Negocios Internacionales

Logística Internacional: El curso de logística internacional pertenece a la especialidad de negocios internacionales y busca brindar al estudiante competencias relacionadas al proceso de gestión de la cadena de abastecimiento, diseñando actividades que generen valor a toda la cadena, considerando los objetivos empresariales, desarrollando valores y ética empresarial.

Gestión del Comercio Internacional: El curso de Gestión del Comercio Internacional forma parte de la malla curricular de la carrera de administración. El curso, según la malla, es de VII ciclo, lo que implica los conocimientos previos de Economía General y Marketing.

Gestión Internacional de Empresas: La globalización de los mercados así como la creciente internacionalización de la economía peruana, exige que los alumnos tengan capacidades de analizar y tomar decisiones relacionadas a las estrategias de internacionalización de la empresa;

de acuerdo a ello el curso proporciona una visión del entorno internacional de las empresas e interrelaciona las diferentes teorías y variables a tener en cuenta para el diseño de una estrategia de internacionalización, con el fin de lograr el crecimiento y la sostenibilidad internacional de la empresa a largo plazo.

Global Branding: The course is addressed to International Business students. It aims to develop analytical and critical competencies for effective decision making in a global marketplace. The main outcome will be producing graduates shaped as effective and efficient managers. These results will be based on the following learning outcomes:

- Refine and understand the principles of Global Marketing Strategy.
- Identify and evaluate the dimensions of Global Brands.
- Understand the variety of Global Consumer segments.
- Commit to new opportunities and new responsibilities of Global Brands.

11. Marketing y Plataformas: El curso virtual "Marketing y Plataformas" busca explicar cómo funcionan los conceptos del Marketing 5.0 y el desarrollo de plataformas que generan valor.

12. Canales de distribución: El curso proporciona a los participantes los conocimientos y herramientas necesarias para la evaluación de los distintos canales de distribución, las relaciones fabricante-canal, la relación con los proveedores, el comarketing y la creación de valor compartido.

Los resultados de aprendizaje son:

- Propone los canales de distribución más adecuados dentro de la cadena de suministro para poner al alcance del usuario un bien o servicio y lograr los objetivos comerciales de la organización.
- Diseña las estrategias del retail más adecuadas para implementar eficientemente la venta en canales de distribución minoristas, dentro del marco del plan de marketing.

13. Comportamiento del consumidor: El curso se enfoca en identificar los factores de influencia individual y social en el comportamiento del consumidor. Se busca entender la relación que existe entre los estímulos de comunicación o información y las respuestas del individuo para la satisfacción de sus necesidades. Por otro lado, el curso le permitirá al alumno adquirir herramientas para la clasificación y mediación de los distintos niveles de respuesta de consumo.

14. Gestión de Retail: En el curso se explica cómo agregar valor a los productos y servicios poniéndolos a disposición del consumidor final en el lugar requerido, en la cantidad exacta, al precio apropiado, en la forma esperada y en el momento adecuado. Durante el curso los alumnos participarán en un aprendizaje experimental en dos escenarios complementarios. Una competición interna de juego de negocios focalizada en administrar una empresa de RETAIL tradicional, donde los alumnos -integrando equipos- competirán por lograr la estrategia de

RETAIL que brinde la mejor sinergia de: valor y rentabilidad. Contribuyendo así al desarrollo de la competencia de gestión eficaz y eficiente. Un trabajo aplicativo: donde los alumnos diseñarán y pondrán en marcha una tienda virtual de RETAIL, destinada a llevar una oferta concreta de productos o servicios a un segmento específico de consumidores finales. Contribuyendo así al desarrollo de la competencia de pensamiento estratégico.

Fundamentos de marketing: El curso busca explicar cómo funcionan los mercados de los consumidores y las organizaciones, aplicando los conceptos básicos del Marketing. Es así como el curso aporta a la siguiente competencia y su respectivo logro de aprendizaje: Identifica oportunidades a partir de las necesidades, gustos, preferencias y deseos de los consumidores.

Gestión comercial: El curso busca que el alumno conozca la oferta exportable de nuestro país y para ello desarrolla las características más importantes tanto del enfoque de la producción como de la comercialización de los principales productos de exportación. Analiza las características culturales, geográficas, sociales, ambientales y económicas de las principales regiones exportadoras del Perú, incidiendo en el análisis de las relaciones con cada uno de los grupos de interés promoviendo una gestión sostenible en lo social, ambiental y económico.

Inteligencia Artificial en marketing: El curso busca ofrecer al alumno conceptos relacionados a inteligencia artificial en el marketing y el cómo este método aprovecha las tecnologías para recolectar datos e información sobre los clientes para la correcta toma de decisiones automatizadas en marketing.

Al finalizar el curso los alumnos podrán conocer las principales aplicaciones y herramientas basadas en inteligencia artificial en el ámbito del marketing.

Los alumnos aprenderán las bases teóricas, los principios prácticos y el uso de herramientas de inteligencia artificial para poder integrarlas de manera idónea a la estrategia de las organizaciones.

Los resultados del aprendizaje son:

- Conocer las implicancias y alcance de la inteligencia artificial en la estrategia de marketing.
- Aprender técnicas y herramientas de inteligencia artificial en procesos y estrategias dentro de un plan de marketing
- Reconocer el proceso completo de integración de inteligencia artificial para negocios digitales y su rol en el área de marketing.

International Marketing: This course addresses the key factors that impact global marketing management including cultural, economic, political, infrastructure and population variables. Students will explore the inter-relationships among these variables and the implications on global marketing decision-making.

Students will evaluate opportunities and risks and issues related to market entry and distribution options, branding, pricing, global integration vs. local adaptive strategies and implementation of the marketing plan.

Most of the regions of the world will be explored with a particular emphasis placed on emerging markets such as China, India and Latin America.

The course will encompass critical thinking and creative problem solving incorporating a cross-cultural and adaptive perspective. The class format will consist of active class discussion on case studies, articles and today's global marketing issues.

The foundational course elements will cover international marketing theory, concepts, frameworks, and best practices for global marketing decision-making.

Marketing digital y redes sociales: El marketing digital se está convirtiendo en un pilar clave en los planes de negocios de las empresas. Los gerentes de marketing y ejecutivos deben dominar el marketing digital como herramienta para desarrollar e implementar estrategias de marca exitosas.

Marketing internacional en china y asia pacífico: Los elementos básicos del curso cubrirán la teoría del marketing internacional, el marco conceptual y el análisis de las mejores prácticas para la toma de decisiones de marketing en el mercado de China y Asia-Pacífico.

Se abordará los elementos clave de la gestión del marketing internacional, incluidos los aspectos culturales, las variables económicas y políticas, tecnológicas y las demográficas. Se explorará en particular a la región del Asia-Pacífico, teniendo mayor énfasis en el mercado chino, sus características y tendencias a futuro.

El curso promoverá el pensamiento crítico y la resolución creativa de problemas incorporando un enfoque intercultural y una perspectiva adaptativa. El formato de la clase incluirá debates y discusiones sobre casos en los mercados foco y artículos y contenido relacionado al marketing en China principalmente.

El curso culminará con un proyecto que implica el desarrollo de un Plan de Marketing Internacional para el mercado chino.

Business Planning Analytics: Se busca brindar al alumno las nociones fundamentales de la mercadotecnia, variables comerciales referidas a canales de distribución, dirección de fuerza de ventas y gestión de clientes a nivel de canal tradicional, moderno y digital.

De esta manera los alumnos van a poder integrar las diferentes variables de la estrategia comercial y poder aplicarlas en el ejercicio profesional del planeamiento comercial.

El curso complementa el proceso de planeamiento comercial, introduciendo los temas de Route-to-Market (Estrategias de canales de distribución y fuerza de ventas), Customer Management (Gestión de clientes) y Planificación comercial

Inteligencia Artificial en marketing: El curso busca ofrecer al alumno conceptos relacionados a inteligencia artificial en el marketing y el cómo este método aprovecha las tecnologías para recolectar datos e información sobre los clientes para la correcta toma de decisiones automatizadas en marketing.

Al finalizar el curso los alumnos podrán conocer las principales aplicaciones y herramientas basadas en inteligencia artificial en el ámbito del marketing.

Los alumnos aprenderán las bases teóricas, los principios prácticos y el uso de herramientas de inteligencia artificial para poder integrarlas de manera idónea a la estrategia de las organizaciones.

Account Management – Gestión de clientes: Este curso está diseñado para entrenar y educar a la nueva generación de Gerentes de Marketing y de Ventas para que se puedan desempeñar efectivamente en un entorno cambiante y altamente competitivo.

Los Gerentes de Marketing deben valorar la importancia de los clientes e identificar a aquellos que requieren un tratamiento especial por su importancia en el desarrollo sostenible de la organización. Los ejecutivos de la organización entienden la importancia de construir relaciones de mutua confianza y capital social que les permitan asegurar los ingresos y la rentabilidad en el largo plazo.

La decisión estratégica de la organización de hacer Account Management, involucra una serie de acciones internas, que van desde la selección de las cuentas que estarán bajo esta consideración, los ejecutivos que se harán cargo de estas y su posición dentro de la organización y los recursos que serán dedicados a esta función.

Estrategias de comunicación y promoción: El curso establece la importancia de realizar comunicaciones integradas y de promoción a partir de definir un posicionamiento competitivo que permita que una marca logre los objetivos de marketing previamente establecidos. Para ello es clave realizar un análisis del entorno (participación de mercado, tendencias de consumo, consumidor y mensajes publicitarios) con el objetivo de definir una ventaja competitiva comunicacional que se convertirá en actividades estratégicas de largo plazo (ideas creativas, publicidad Above-the-Line o masiva y plan de medios), así como actividades de corto plazo (promocionales o Below-the-Line).

Gestión de productos: El curso tiene el propósito de brindar un conocimiento integral sobre la gestión de productos y marcas desde un enfoque empresarial orientado a la creación de valor del shopper. El alumno será capaz de recoger y procesar información acerca del entorno competitivo, tendencias del mercado, ello para poder entender la coyuntura actual de una marca específica y determinar las estrategias de producto adecuadas para la misma, así como de diseñar e implementar las estrategias para la gestión de marca, incluyendo entre otras, manejo de portafolio, administración del valor capital de marca, y manejo de extensiones de línea desde un enfoque integrador del marketing y la sinergia colaborativa con el área comercial y de Trade Marketing.

Principles of marketing: As the title of the course indicates, the emphasis in this subject is on the principles – (that is, the models, theories, concepts and frameworks) rather than just the practice – of marketing.

Although attention will naturally be paid to marketing-based concepts; such as pricing, promotion, distribution and branding, the predominant theoretical insights will be drawn from several disciplines, such as management, economics and psychology.

1MN054 MARKETING B2B

El curso de Marketing B2B introduce al alumno a la gestión comercial y de marketing, dirigida a las organizaciones pertenecientes, tanto al sector público como al privado. Las competencias que desarrolla el curso son las de gestionar creativa y eficientemente ventas industriales, innovar en soluciones B2B e identificar tendencias y necesidades del cliente empresarial. Al final del curso el alumno estará en la capacidad de diseñar e implementar un Plan de Marketing B2B que incluya objetivos, análisis del mercado empresarial, estrategias y tácticas de Marketing B2B y ejecución e indicadores de control para seguimiento del Plan.

Marketing LGBTQ+:

El curso de Marketing LGBTQ+ ofrece un panorama general sobre esta nueva tendencia del marketing que involucra a estos nuevos colectivos en la comunidad global actual; y en la que se promueve su inclusión a través de un interés genuino por conocer mejor a los diferentes grupos que lo conforman. Estudia las características y componentes de un plan de marketing dirigido a la comunidad LGBTQ+, así como las cualidades de la comunicación de las marcas para generar vínculos estrechos entre éstas con sus consumidores o usuarios. Aborda el desarrollo de estrategias para llegar de forma humana, cercana y genuina a los nuevos colectivos LGBTQ+ reconocidos cada vez más a nivel global internacional, latinoamericano y peruano. El propósito del curso consiste en conocer las principales estrategias implementadas por las principales marcas a nivel mundial en diferentes ámbitos de productos y servicios (turismo, viajes, hoteles, restaurantes, moda, belleza, spas, gimnasios, cuidado personal, cosmética, entretenimiento, tecnología, exposiciones culturales y otros), así como las recomendaciones de reconocidos expertos en cómo llegar eficientemente a este nuevo target aceptado e incluido ya en los planes de marketing de cada vez más marcas. En este sentido, el curso aporta al desarrollo de la competencia de Pensamiento Crítico del Perfil general del egresado y al desarrollo de la competencia de Pensamiento Estratégico de las carreras de Marketing y Administración.

Marketing de contenidos: Al término del curso, el estudiante estará capacitado para elaborar un ecosistema digital coherente con su estrategia online, incorporando medios digitales, presencia en redes sociales, Content Marketing, Inbound Marketing, entre otros elementos. Entenderán cómo las aplicaciones del método y conceptos del marketing digital pueden variar dependiendo del contexto, necesidades de los clientes/usuarios y del tamaño del proyecto. Finalmente, contarán con herramientas que le ayudarán en la creación de contenido siempre con una visión omnicanal con foco en digital.

Overall the approach will be conceptual and will better enable you to apply your learning to a broad range of marketing problems.

18. Métricas y analítica de marketing: El curso de Métricas y Analítica de Marketing complementa la formación en fundamentos de marketing con habilidades para analizar información y resultados que le permitan al estudiante tomar decisiones sustentado en una base analítica. El propósito del curso consiste en brindar una visión general de los modelos de negocio utilizados para la toma de decisiones. En este sentido el curso aporta al desarrollo de la competencia de análisis estratégico para que sean gestores eficaces y eficientes, autosuficientes en el análisis de resultados para la toma de decisiones.

Sumillas Departamento Académico de Humanidades

126177 – Arte del Perú contemporáneo

Mediante el curso de Arte del Perú Contemporáneo, se busca ofrecer a los participantes una visión panorámica del desarrollo de las artes plásticas en el país, durante el siglo XX y hasta la actualidad. El fin último del curso es complementar la formación de “líderes responsables para el mundo” (cfr. Consenso de Pachacamac), mediante el cultivo de la sensibilidad hacia el arte en tanto espacio de goce estético y herramienta para el conocimiento de la realidad individual y social del país.

120199 – Historia de las relaciones internacionales del Perú y los Estados Unidos 1800-2000

Este curso analizará el desarrollo de las relaciones internacionales de Perú y Estados Unidos desde principios del siglo XIX hasta los albores del siglo XXI. Se examinará el influjo económico, político y cultural estadounidense en el Perú, así como también las percepciones y reacciones de diversos sectores de la sociedad peruana para con la influencia estadounidense. Entre los temas a discutirse están: el impacto y ascendencia económica de los Estados Unidos, la influencia cultural estadounidense, el nacionalismo peruano, las relaciones militares, la inmigración, la corrupción, el narcotráfico, los derechos humanos y el terrorismo.

120070 – Historia Económica y Empresarial

Este curso aporta al desarrollo de la competencia de pensamiento crítico y a su objetivo 2.3: “Construye argumentos que muestran una clara organización de ideas, consistencia y atención a la literatura relevante. Evita la autoreferencia y los enfoques reduccionistas, unidimensionales y dogmáticos. Identifica argumentos originados en perspectivas diferentes a la propia, subrayando el aprendizaje que resulta del diálogo”.

Brinda un análisis crítico de los principales procesos económicos que han influido en la transformación del Perú y el mundo contemporáneo. Aunque abarca desde 1880 hasta el 2010, profundizamos particularmente en el siglo XX, dando énfasis al contexto empresarial, lo cual permite comprender los cambios de paradigma en el terreno de las políticas económicas a nivel global, regional y nacional, y cómo estos han determinado dinámicas diferenciadas cuyos resultados van más allá de lo estrictamente vinculado a la economía pues explican la existencia tanto de países desarrollados como en vías de desarrollo.

120184 – Introducción al arte y la arquitectura virreinal en el Perú

El curso de Introducción al Arte y la Arquitectura Virreinal busca brindar una visión panorámica de la evolución de las artes visuales y la arquitectura en el Perú entre mediados del siglo XVI e inicios del siglo XIX. Se pondrá especial énfasis en la pintura y se optará por una aproximación tanto cronológica como temática.

127039 – Literatura universal

Mediante el curso de Literatura Universal se pretende aproximar al alumno al fenómeno literario e inducirlo a establecer una relación profunda con algunas de las obras de ficción más

importantes de diversas épocas y lugares, en las cuales pueda encontrar testimonios del hombre que busca el sentido de su existencia individual y colectiva.

FACULTAD DE ECONOMÍA Y FINANZAS

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMÍA

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA COMPETENCIA (3 créditos)

Requisito: Microeconomía II o Microeconomía Financiera

Una de las aplicaciones de la teoría microeconómica corresponde a la organización industrial, y en particular a la forma en que las empresas en mercados oligopólicos compiten entre sí. Este nicho de la microeconomía tiene, por un lado, a la teoría de la organización de mercados; y por otro, a la aplicación de dicha teoría en el mundo real: la política de competencia.

Este curso explora el aporte de la economía en la política de competencia. Abarca, por ejemplo, el análisis económico de prácticas anticompetitivas y de los efectos de las fusiones empresariales sobre la competencia. Cada semana utilizaremos un caso real para motivar la discusión sobre los diversos temas que cubriremos.

DISEÑO Y EVALUACIÓN SOCIAL DE PROYECTOS (4 créditos)

Requisito: Evaluación Privada de Proyectos y (Microeconomía II o Microeconomía Financiera)

El curso busca proveer a los alumnos los principios económicos que sustentan la evaluación social de proyectos y las herramientas metodológicas para el desarrollo de la programación, identificación, formulación y evaluación de los mismos. Se pondrá énfasis en el Análisis Costo Beneficio (ACB) utilizado en el Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones (Invierte.pe). El estudio de casos y la reflexión analítica serán elementos permanentes en el curso. Adicionalmente, se revisará algunos tópicos relacionados con la gestión pública, como la programación de inversiones, las asociaciones público privadas y obras por impuestos.

ECONOMÍA PEUANA (2 créditos)

Requisitos: 80 créditos académicos y Economía General II

El curso facilitará la comprensión del funcionamiento de la economía peruana, e incluirá un repaso conceptual de las principales variables macroeconómicas y microeconómicas que sirven para analizarla. De esta manera, el estudiante logrará captar la implicancia de la evolución de los principales indicadores económicos, así como de la política económica que afecta el desarrollo de la economía peruana.

HERRAMIENTAS PARA EL DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DE POLÍTICAS SOCIALES (3 créditos)

Requisitos: 120 créditos académicos y (Microeconomía II o Microeconomía Financiera)

Los alumnos descubrirán que las buenas políticas públicas necesitan arreglos institucionales que permitan la articulación entre su diseño e implementación. El curso se divide en tres grandes partes: una sección conceptual para entender los factores que dan origen y condicionan el proceso de decisión en las políticas; una sección de revisión de los principales sistemas donde se enmarcan los programas y reformas; y, una sección para conocer de cerca experiencias de políticas públicas. Como resultados de las clases, los alumnos estarán expuestos a los retos de la nueva generación de policy makers para los retos de Perú actual.

POLÍTICA ECONÓMICA (4 créditos)

Requisitos: Macroeconomía III y (Microeconomía II o Microeconomía Financiera)

Se enseñará a diagnosticar los problemas económicos que normalmente aquejan a una economía, formulando las posibles soluciones a dichos problemas, conjugando teoría económica con la experiencia vivida. El curso de Política Económica busca desarrollar la capacidad analítica para evaluar y formular propuestas de política económica para estabilizar la evolución de la actividad productiva y generar condiciones para el crecimiento sostenido de una economía integrada a los flujos internacionales de bienes, servicios y capitales.

SEMINARIO ECONOMÍA Y GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIALES (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos

El seminario aborda las contribuciones sobre los esfuerzos institucionales del gobierno para resolver problemas sociales específicos que afectan a grupos poblacionales en particular. En este esfuerzo, los programas sociales son esenciales intervenciones que buscan mejorar el capital humano y el capital físico de un país. Por esta razón, desde la década de los 90s, en el Perú se dio un crecimiento significativo de la disponibilidad de recursos públicos, pero no necesariamente de la capacidad de uso de los mismos. El análisis de estos esfuerzos institucionales se hará a partir de los seis parámetros que guían la gestión de la inversión social. A saber, identificación de beneficiarios, provisión del bien o servicio público, componente IEC, monitoreo y evaluación, graduación y coordinación institucional.

Bajo estos parámetros se analizarán seis tipos específicos de programas sociales emblemáticos en los campos de alimentación, salud, empleo, violencia e infraestructura (urbana y en telecomunicaciones) para poder extraer lecciones de aprendizaje institucional. Una pregunta estará es ¿cuáles son los principales dilemas que enfrentan los gestores sociales al buscar una solución técnica y política a los problemas sociales que aquejan a millones de personas vulnerables?

El seminario es una oportunidad para comprender las interioridades de los programas sociales y estimar los márgenes de maniobra para poder cumplir con su misión. Las actividades de aprendizaje permitirán al alumno desarrollar competencias de apertura al cambio, gestión y

productividad, así como de visión integral. De esta forma, se aprehenderá criterios y técnicas de análisis de intervenciones públicas experimentadas para resolver (o aliviar) la heterogénea y multidimensional realidad del Perú, a partir de la discusión y uso de herramientas de análisis económico, político, social y de gestión pública.

El objetivo del seminario es familiarizar a los estudiantes a extraer y debatir lecciones de buenas y malas prácticas de la gestión de programas sociales orientados a mejorar el capital humano y físico del país.

HERRAMIENTAS PARA EVALUACIÓN DE RENTABILIDAD Y DESEMPEÑO (3 créditos)

Requisitos: Evaluación Privada de Proyectos o Fundamentos de Finanzas o Decisiones de Inversión

Este curso permitirá a los alumnos poner en práctica las herramientas de evaluación de factibilidad económica en el mundo empresarial, desde la medición de rentabilidad de un cliente o producto hasta la rentabilidad de una línea de negocio y la validación estadística de estrategias para mejorar su desempeño.

MACHINE LEARNING PARA ECONOMISTAS (3 créditos)

Requisitos: Econometría I

Este curso presenta métodos de aprendizaje supervisado con énfasis en problemas de clasificación y regresión. El curso incluye sesiones de fundamentos matemáticos y sesiones de desarrollo metodológico y aplicaciones en economía. Se usará el software Python para la presentación de ejemplos y casos de estudio. Se espera que los estudiantes conozcan los elementos básicos de programación (definición de variables, recurrencias, uso de funciones), en algún lenguaje, Eviews, por ejemplo. En las sesiones de práctica se realizarán ejercicios utilizando Python, y el aprendizaje se realizará resolviendo problemas de machine learning.

SEMINARIO DE ECONOMÍA Y FINANCIAMIENTO EN SALUD (2 créditos)

Requisito: Microeconomía I y Estadística I

El objetivo del curso es proporcionar a los estudiantes de una formación introductoria en economía de la salud y financiamiento de los sistemas de salud, combinando el aprendizaje de la teoría con la discusión de la evidencia global de cómo operan los arreglos de gobernanza (organización, financiación, regulación, rendición de cuentas, compra estratégica de servicios de salud y la gestión de los prestadores de salud); dando a conocer las tendencias y retos del mercado y del aseguramiento en salud en el Perú en el marco de buenas prácticas de políticas de salud globales. Al final del curso, los alumnos tendrán las herramientas básicas de análisis y motivación para expandir sus conocimientos e interés práctico en el análisis del desempeño de los sistemas de salud.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE FINANZAS

FINANZAS Y ABUNDANCIA (4 créditos)

Requisito: 50 créditos académicos

Docente: Guillermo Runciman

Las Finanzas se han diseñado para servir en un mundo de bienes y servicios escasos. Sin embargo, el avance científico y tecnológico conduce a la economía hacia la mayor productividad, lo que permite a muchas industrias reducir sus costos y ofrecer productos y servicios a menores precios, generando una tendencia hacia la abundancia. Este fenómeno afecta tanto al financiamiento de proyectos productivos como a las finanzas personales de los consumidores, por lo que es necesario diseñar instituciones y sistemas financieros que se adecuen a la vorágine de innovación que nos toca vivir en los próximos años. Solo un ejemplo: grandes proyectos como la edición de la Enciclopedia Británica tenían formas clásicas de financiamiento, que no son adecuadas para un proyecto como Wikipedia donde los aportes son gratuitos, al tener el conocimiento compartido, y no al dinero, como incentivo principal. El propósito del curso es reflexionar sobre qué actores tendrán interés en financiar bienes y servicios vitales que, por sus bajos precios, no ofrezcan rentabilidad futura suficiente, pero que se seguirán produciendo porque la sociedad lo exige.

Para mayor información: <https://www.youtube.com/watch?v=196a89cvlPI>

SEMINARIO DE CRISIS FINANCIERA INTERNACIONAL (2 créditos)

Requisito: 120 Créditos académicos y (Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I)

Docente: Mauricio De La Cuba

El seminario busca familiarizar al estudiante con la coyuntura económica internacional, así como con las causas y consecuencias de las crisis financieras internacionales recientes. Se enfatiza el uso de desarrollos teóricos para el entendimiento de los desequilibrios macroeconómicos que anteceden a las crisis financieras y cómo estos son corregidos. El seminario puede ser visto como un refuerzo empírico que integra temas de macroeconomía abierta, política económica y finanzas internacionales; por ello, se asume que el estudiante está familiarizado con los conceptos económicos vistos en otros cursos que cubren estas áreas de estudio.

SEMINARIO DE ESTRATEGIAS DE FONDEO (2 créditos)

Requisito: 120 Créditos académicos y (Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I)

Docente: José Olivares

El seminario está dirigido a estudiantes que quieran profundizar o desempeñarse profesionalmente en áreas relacionadas con mercados de capitales, tesorería, inversiones, finanzas gubernamentales, regulación de mercados financieros, banca corporativa, banca multilateral, entre otros. El seminario se enfoca en las estrategias de financiamiento utilizadas

por los principales emisores (gobiernos, cuasisoberanos y empresas privadas) en el mercado de capitales local e internacional. Además de analizar las herramientas que los emisores utilizan para delinear sus estrategias de fondeo, también estudia casos de éxito reciente en la estructuración y ejecución de operaciones. Al final del seminario, el alumno será capaz de elaborar una propuesta integral de estructuración de financiamiento.

Para mayor información: <https://youtu.be/xqz-WEUaNuU>

SEMINARIO DE EVALUACIÓN Y FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS (2 créditos)

Requisito: 120 Créditos académicos y (Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I)

Docente: Sergio Gabilondo

La evaluación de proyectos en una empresa se relaciona directamente con su desarrollo, el incremento de su valor y la mejora continua. El objetivo del seminario es dotar al alumno de la habilidad para evaluar eficientemente proyectos de inversión y sustentar ante la alta dirección de las empresas los resultados y recomendaciones.

SEMINARIO DE VALORIZACIÓN DE EMPRESAS (2 créditos)

Requisito: 120 Créditos académicos y (Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I)

Docente: Vladimir Quevedo

El seminario proporciona las herramientas teóricas y prácticas para la adecuada valorización de una empresa. Los alumnos relacionarán correctamente los flujos de caja con la tasa de descuento adecuada, así como el uso de múltiplos y opciones reales. Además, está diseñado para desarrollarse a través de la discusión continua, lo que permite al alumno establecer las metodologías adecuadas de valorización con la información disponible, reconocer las limitaciones de esta información y tomar decisiones de inversión bajo incertidumbre.

SEMINARIO DE VENTURE CAPITAL (virtual) (2 créditos)

Requisito: 120 Créditos académicos y (Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I)

Docente: Gonzalo Chávez

Dictado en inglés

The seminar focuses on venture capital and the typical venture-backed start-up company based on conventions and best-practices in the United States and Latin America, from the perspectives of both the entrepreneur and the Venture Capitalist (VC). From the entrepreneurs raising capital viewpoint, we will address several aspects of the value-added that startups bring to the table and how to navigate those advantages to create an investor-attractively startup, build the required fundraising materials and finance it successfully. Regarding the VC, we address several aspects of the investment process such as investment strategy, deal sourcing, investment selection, portfolio building, valuation methods, term sheet structure and corporate governance.

FINANZAS CORPORATIVAS I (5 créditos)

Requisito: Estadística I y (Análisis Financiero o Fundamentos de Finanzas)

Docente: Serhat Yaman

El curso proporciona herramientas que permiten valorizar oportunidades de inversión y empresas y entender la interacción entre la decisión de inversión y la decisión de financiamiento. Primero se estudia la de valorización de oportunidades de inversión y empresas, con atención especial a calcular y proyectar flujos de caja, seleccionar tasas de descuento y utilizar diferentes métodos de valorización de forma consistente. También se analizan las ventajas y desventajas de los instrumentos (deuda y *equity*) que puede utilizar el proyecto o la empresa para financiar sus operaciones. Al estudiar instrumentos de deuda se pone énfasis en el efecto tributario y riesgo de bancarrota relacionados al endeudamiento, mientras que al analizar *equity* la atención se centra en la asimetría de información, problemas de agencia entre accionistas y gerentes y conflictos de interés entre accionistas y prestamistas. El curso concluye, a modo de aplicación, con el estudio de transacciones típicas en el contexto de finanzas corporativas.

FUNDAMENTOS DE FINANZAS (4 créditos)

Requisito: Nivelación en Informática y Fundamentos de Contabilidad

Docente: Miguel Robles

Fundamentos de Finanzas es un curso introductorio al mundo de las finanzas que se centra en el estudio de la creación de valor a través de inversiones en activos reales y financieros. En particular, el curso analiza la rentabilidad y el perfil de riesgo de los proyectos de inversión, y la decisión de asignación en carteras de acciones y bonos, desde una perspectiva teórica y práctica.

MACROECONOMÍA FINANCIERA (5 créditos)

Requisito: Sistemas Financieros, Economía General II y Microeconomía I

Docente: Carlos Mendiburu

Macroeconomía Financiera combina la teoría macroeconómica con el enfoque de programación financiera para la elaboración de escenarios y discusión de políticas macroeconómicas. El curso se divide en 5 módulos. En el módulo del sector real se estudian las teorías de la determinación del producto agregado, el crecimiento económico y las principales explicaciones para los ciclos económicos. En el módulo externo se estudia la transmisión de choques externos reales y financieros en el marco de la balanza de pagos. En el módulo fiscal se estudian los ingresos, gastos, la política fiscal y la sostenibilidad de la deuda pública. En el módulo monetario se estudian la política monetaria del Banco Central y sus efectos. El módulo final muestra las interrelaciones de equilibrio entre los sectores. El curso finaliza con un trabajo orientado a evaluar opciones de política macroeconómica ante distintos escenarios.

MICROECONOMÍA FINANCIERA (5 créditos)

Requisito: Microeconomía I

Docente: José Luis Ruiz

El curso introduce al estudiante a los campos de estudio de la Economía Financiera. En particular, se estudia la determinación de los precios de los activos financieros y la valorización del riesgo, la estructura microeconómica de los mercados financieros, la racionalidad de los agentes y las decisiones financieras de la empresa. La naturaleza del curso es mayormente cuantitativa, y requiere que el alumno posea un conocimiento operativo de cálculo diferencial, nociones de probabilidad y el manejo del instrumental gráfico usual en economía.

SEMINARIO DE FINANCIERAS MODELING (2 créditos)

Requisito: 120 Créditos académicos y (Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I)

Docente: Víctor Torres

Dictado en inglés

This seminar provides hands-on financial modeling expertise, by presenting practical applications and specific financial modeling techniques for the valuation of companies, financial operations, and investment banking deals. The students will develop step-by-step financial models, including forecast and proforma financial statements, sensitivity analysis and scenarios, special accounts forecasting (depreciation, debt, among others) and models for mergers & acquisitions (accretion or dilution). The seminar will be appealing for students interested in working in finance divisions of companies, investment banking, private equity or financial advisory.

Note: although it is not a strict requisite, an intermediate level on Microsoft Excel is highly recommended.

SISTEMAS FINANCIEROS (4 créditos)

Requisito: Economía General II y Fundamentos de Contabilidad

Docente: Carlos Arias

El curso proporciona una visión general de los diversos mercados financieros, su historia, participantes, regulaciones y productos. Cubre también instituciones financieras tales como bancos comerciales, fondos mutuos, compañías de seguros, fondos de pensiones, bancos de inversión y fondos de cobertura. Asimismo, se cubre la interacción entre estas instituciones.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS

ADOLESCENCIA, DESARROLLO PSICOSOCIAL Y CONTEXTO (4 créditos)

El presente curso propicia una comprensión profunda de los principales procesos psicosociales que el ser humano atraviesa en la adolescencia temprana, media y tardía y en su transición hacia la adultez, apuntando a una reflexión sistemática sobre éstos.

La adolescencia se caracteriza por transformaciones simultáneas en una variedad de dominios (cognitivo, biológico, socioemocional). Dichos cambios derivan en un enorme y diverso potencial respecto a las maneras de aprender, pensar, relacionarse, sentir y actuar en la realidad. Aprender a gestionar dichos cambios es una tarea compleja y demandante, más aun, en un mundo crecientemente complejo y diverso, que deposita sobre las y los adolescentes expectativas muy elevadas que tienden a afectar su representación de sí mismos.

Partiendo una visión del desarrollo humano basada en la psicología cultural, y tomando también como marco de reflexión nuestras propias vivencias en esta etapa de vida, nos aproximaremos a la comprensión de los procesos psicológicos desde las diversas ecologías en la que el ser humano se desarrolla. En el Perú, esto supone entender los procesos de cambio en contextos de diversidad, de discriminación (nivel sociocultural y de género) y enormes exclusiones socioeconómicas. Así mismo, buscamos inscribir esta reflexión en los debates globales en torno a la diversidad de vivencias de la adolescencia.

En particular, nos enfocaremos en las complejas tareas de desarrollo que supone la adolescencia a nivel ocupacional, en términos de vivencia de la sexualidad, de transformación de vínculos y el proceso de consolidación de un proyecto personal en la realidad peruana y la construcción de una identidad psicosocial que se desplegará en la adultez en trayectorias de vida diversas.

Nos centraremos en el análisis de casos (materializados en textos, películas, historias entre otras) conectando los temas con nuestras propias vivencias y experiencias y con la teoría a discutir. Las teorías serán procesadas principalmente en la clase, a través de actividades de aplicación y discusión individuales o grupales.

El curso aporta al desarrollo del pensamiento crítico y de la ética y responsabilidad social, en tanto se orienta al desarrollo de una comprensión profunda y contextualizada del desarrollo humano en los contextos nacionales y globales, identificando las diversas condicionantes que lo construyen y, al mismo tiempo, evaluando críticamente los aspectos que originan situaciones que afectan la vivencia plena de la adolescencia.

COMPETENCIAS DIGITALES EN MEDIOS E INFORMACIÓN (2 créditos)

El objetivo de este curso es transmitir a los estudiantes los conceptos de educación mediática e informacional, con especial interés en las competencias digitales necesarias para desenvolverse eficientemente en la sociedad contemporánea que está altamente mediatizada. Hoy más que nunca es necesario que cada ciudadano tenga conocimiento de estas competencias y conceptos

dada la alta cantidad de medios de comunicación que usamos y a los que estamos expuestos. El curso tiene como temas principales temas las teorías y prácticas que componen nuestra vida cotidiana: redes sociales, servicios de streaming, radio, televisión, prensa, el internet de las cosas (IoT), las tecnologías de la información (TICs).

El curso se divide en tres etapas pedagógicas. La primera etapa corresponde a los conceptos clave de la Educación mediática e informacional, principalmente, las definiciones de la disciplina dadas por sus principales actores: UNESCO, EAVI, CLEMI, OFCOM, CSEM, James Potter, Rénee Hobbs, Normand Landry, entre otros, donde veremos la importancia de este tipo de educación en la sociedad contemporánea. La segunda etapa corresponde a un trabajo grupal en el que los estudiantes seleccionarán una temática relacionada a las competencias digitales en medios e información, para luego realizar presentación grupal en clase. La tercera etapa consiste en que el estudiante recree una situación laboral y/o educativa en la que se desarrollen competencias digitales.

CORRUPCIÓN, SOCIEDAD Y POLÍTICA (4 créditos)

En los últimos años, hemos presenciado atónitos la sucesión de una serie de denuncias por presuntos actos de corrupción cometidos por ex presidentes de la República, ministros y otros altos funcionarios públicos, gobernadores regionales, alcaldes y empresas, nacionales y extranjeras. Pero la corrupción no es un problema que atañe solo a las élites políticas y económicas. De acuerdo con el Barómetro de la Corrupción en América Latina y el Caribe (International Transparency), aproximadamente 3 de cada 10 ciudadanos peruanos que utilizaron algún servicio público durante el 2019 pagaron una coima. En este contexto, se entiende que la percepción de la corrupción como uno de los principales problemas del país se haya incrementado notablemente.

Para luchar contra un fenómeno complejo y aparentemente ubicuo como la corrupción es preciso comprender mejor qué formas adopta, los factores hacen posible su reproducción y expansión, así como estrategias de lucha anti-corrupción enfatizadas en la literatura especializada. Este curso pretende ser una introducción amigable sobre este complejo tema, a partir de las investigaciones desarrolladas en nuestro país y trabajos de ciencias sociales relevantes para nuestro contexto.

Si bien no es un requisito, se recomienda que los estudiantes interesados en llevar exitosamente este curso hayan aprobado ya el curso de Ciencia Política.

DISCRIMINACIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS (4 créditos)

Este curso explora el fenómeno de la discriminación como una vulneración de derechos que se asienta en una multiplicidad de causas, muchas veces, concomitantes. Asimismo, busca analizar la problemática específica del Perú y las graves repercusiones multidimensionales que esta continúa teniendo en nuestro país. Algunas de ellas afectando, inclusive, nuestra idea de nación, ciudadanía, e imaginario colectivo, profundizando las brechas de desigualdad entre peruanos y peruanas.

El curso promueve el análisis de las relaciones de poder en la sociedad peruana, así como el análisis y debate sobre las consecuencias de todos los tipos de discriminación en la sociedad y el

desarrollo de la nación, además de la respuesta estatal respecto de esta. En efecto, contribuye a la formación de los estudiantes como ciudadanas y ciudadanos activos e informados, empáticos y conscientes de sus propios privilegios. En este sentido, contribuye a formar profesionales con capacidad analítica, visión integral, competencias personales comprensivas y responsabilidad cívica.

RELACIONES INTERNACIONALES (4 créditos)

Requisito: Ciencia Política y Filosofía

La disciplina de las Relaciones Internacionales estudia los diferentes procesos o interacciones entre los actores del Sistema Internacional, sus causas y sus consecuencias. De esta forma, el curso busca que los alumnos amplíen su conocimiento sobre la problemática internacional, aprendiendo conceptos y herramientas básicas para comprender al sistema internacional contemporáneo.

Así también, aprenderán cómo éstas pueden tener un impacto directo sobre el Perú y sobre su futuro profesional, teniendo en cuenta los retos y las oportunidades que está generando la globalización.

FACULTAD DE INGENIERÍA

Sumillas del Departamento de Ingeniería

170332 Programación para la Ciencia de Datos

Al finalizar el curso, el estudiante estará en la capacidad de desarrollar tareas automáticas utilizando un lenguaje de programación. Asimismo, estará en la capacidad de analizar, diseñar y comprender una variedad de algoritmos que sirven para el análisis de datos.

Adicionalmente, el estudiante tendrá una visión más clara acerca de los múltiples dispositivos tecnológico implementados con software.

Contenido:

Introducción a los algoritmos y al lenguaje de programación R

Estructuras de control: secuencia, selección y repetición

Escritura de funciones

Estructura de datos

Visualización de datos

Herramientas para análisis de datos

170350 Tecnología y negocios digitales

Al término del curso el estudiante será capaz de identificar y seleccionar la tecnología más adecuada para desarrollar un negocio digital, así como la estructura organizacional más adecuada para su despliegue y la estrategia básica de la cadena de suministro que la sostenga. Asimismo, el estudiante podrá comparar de forma descriptiva sus potenciales competidores a través de las herramientas de analítica web.

Contenido:

Introducción a los negocios digitales y comercio electrónico. Modelos de negocios digitales y monetización

Análisis del Modelo de negocio del Comercio Electrónico

Marketing-Segmentación y mercado objetivo aplicados a los negocios digitales Marketing

Cadenas de Suministro y Nuevas formas de Organización del Comercio Electrónico

FACULTAD DE DERECHO

Seminario de Derecho Constitucional:

El Seminario tiene por objetivo que los alumnos y alumnas, **a través del análisis de casos**, analicen el impacto del Derecho Constitucional en diversas materias. Se abordarán temas de actualidad, como el golpe de estado del 7 de diciembre y sus consecuencias para la gobernabilidad y la estabilidad económica, las relaciones entre el Gobierno y el Congreso en función de la composición parlamentaria, la vacancia presidencial y la responsabilidad del presidente de la república, la acusación constitucional contra los altos funcionarios, el empleo del proceso de amparo en materia tributaria (intereses moratorios) y laboral (tercerización), el impacto del régimen constitucional económico en el incremento del PBI (tesis del profesor Waldo Mendoza), la reforma constitucional y la posibilidad de convocar a una Asamblea Constituyente, entre otros.

El análisis de casos requiere la lectura de textos de doctrina, jurisprudencia nacional o extranjera, y legislación. Los alumnos/as tendrán que investigar los casos escogidos y/o asignados para **sustentarlos en clase, desde la primera sesión**. La activa participación, argumentación y debate es indispensable.

Prerrequisitos: 169 créditos académicos, *Derecho Procesal Constitucional, Derecho Laboral I, Derecho Tributario I, Derecho Administrativo I*

Género y Derecho:

En la actualidad, el análisis o aplicación del derecho desde el enfoque de género ha cobrado gran importancia por diversas razones. Entre ellas, por el importante rol que cumple el derecho en la vida de las personas y en la organización de las sociedades y el Estado, por los compromisos internacionales de los Estados que buscan responder a los desafíos de la igualdad y no discriminación con respuestas efectivas; y, porque se constata que la discriminación estructural contra las mujeres es un problema público que requiere de la adopción de medidas adecuadas, también, desde la esfera jurídica.

El curso *Género y Derecho* desarrollará elementos conceptuales y metodológicos para el análisis de cómo el sistema jurídico ha reforzado y aún refuerza estereotipos de género y relaciones de poder que impiden el logro efectivo de la igualdad y no discriminación, especialmente para las mujeres. Se espera que las y los estudiantes apliquen el marco normativo, los conceptos y metodologías para la integración del enfoque de género en diversas áreas del derecho, como, por ejemplo, en el derecho constitucional, en la solución de controversias, en el ámbito empresarial y laboral, en el derecho civil patrimonial y no patrimonial, en el derecho penal, en el derecho tributario, entre otros.

Prerrequisitos: 169 créditos académicos, *Derecho Procesal Constitucional*

Seminario de Derecho Corporativo:

La finalidad del curso es consolidar los conocimientos que los alumnos han adquirido en materia de derecho corporativo, a través del análisis y discusión de casos reales sobre aspectos relevantes y novedosos de la materia corporativa.

El curso se iniciará brindando a los alumnos un marco teórico general de organización de la regulación societaria. Luego de dicha introducción, se pasará a la revisión y análisis de laudos, sentencias, resoluciones administrativas y material general vinculado a controversias surgidas en el Perú en torno a materias de derecho corporativo. Los alumnos deberán, a partir de los materiales de cada caso, identificar los problemas relevantes, analizarlos y proponer las soluciones correspondientes. Asimismo, se analizarán las estrategias desarrolladas por las partes de estas controversias y las evidentes relaciones de integración que los problemas jurídicos de estos casos tienen con materias de otras ramas del derecho, como el derecho civil o administrativo.

Entre las diversas materias vinculadas al derecho corporativo que se analizarán en los casos se encuentran temas vinculados a acciones de inversión, responsabilidad de administradores, deberes de lealtad entre accionistas, controversias derivadas de fusiones u otras reorganizaciones societarias, operaciones de reducción y aumento de capital en contextos concursales, derechos de accionistas minoritarios, derechos de preferencia en la transferencia de acciones, entre otros.

Prerrequisitos: 169 créditos académicos, *Sociedades, Contratos, Derechos Reales*

Tributación Empresarial

El curso propone explorar una selección de temas que son usualmente materia de discusión a nivel empresarial, desde un enfoque multidisciplinario y con una visión práctica. En ese sentido, se estudiarán temas tales como: el financiamiento empresarial, las reorganizaciones y reestructuraciones empresariales (i.e. fusiones, escisiones, reorganización simple), la tributación de los contratos asociativos, tributación laboral, la incidencia del Impuesto a la Renta en las operaciones societarias y la relación del Impuesto a la Renta con las normas contables.

Prerrequisitos: 169 créditos académicos, *Derecho Tributario II*

Economía y Derecho

El curso tiene por propósito efectuar una presentación panorámica del sistema legal a los estudiantes de Economía. Si bien existe una vasta bibliografía en que se estudia el fenómeno jurídico a través de la economía, no puede decirse lo propio de cómo la economía puede ser (y de hecho es) influenciada por el Derecho. La interacción entre Economía y Derecho tiene repercusiones significativas en las instituciones y, en última instancia, es un determinante del desempeño económico.

Así, se reseñarán los fundamentos e implicancias económicas de los fenómenos y estructuras jurídicas.

Arbitraje

Reconocidos comentaristas y evidencia empírica demuestran que el arbitraje se ha convertido en el medio natural de solución de controversias contractuales comerciales. Cada vez más se introducen cláusulas arbitrales en los contratos a fin de remitir a arbitraje las controversias. En el 2013 en una encuesta realizada a más de 100 gerentes legales de empresas transnacionales, el 73% manifestó que el arbitraje era el mecanismo utilizado para solucionar sus controversias (*Queen Mary University of London y PwC, Corporate choices in International Arbitration Industry Perspectives, 2013*).

El Perú mantiene una postura favorable a este mecanismo de solución de controversias que se presenta como una alternativa más especializada, neutral, confidencial, ejecutable, flexible y rápida ante el Poder Judicial. De hecho, la legislación peruana se presenta como una de las más modernas en América Latina. El crecimiento del arbitraje en el Perú y su continuo uso como mecanismo de resolver controversias hace indispensable para el alumno conocer sus particularidades, instituciones e instrumentos.

En este curso se estudiará los orígenes, la evolución, el concepto y los tipos y las teorías sobre el arbitraje. Luego se abordará la piedra angular del arbitraje: el convenio arbitral incluyendo sus requisitos, formalidades, alcances y vicisitudes. Acto seguido se estudiarán los elementos procedimentales, la regulación aplicable a los árbitros y los recursos para cuestionar los laudos arbitrales en vía de anulación y reconocimiento. En el curso también se estudiará la regulación aplicable al arbitraje con el Estado. Finalmente, se abordará el régimen de arbitraje entre inversionistas y Estados al amparo de tratados bilaterales de inversión o acuerdos de libre comercio, sus elementos estructurales y las principales garantías otorgadas a inversionistas extranjeros en el marco de estos instrumentos.

Este curso será abordado desde una perspectiva internacional que no se limita en la regulación aplicable al Perú, sino que aborda distintas jurisdicciones. Asimismo, la materia será analizada a la luz de los principales instrumentos internacionales como la Convención de Nueva York, la Convención de Panamá, la Convención de Washington, entre otros, así como las principales y más autorizadas fuentes internacionales de *soft-law*.

Contratación con el Estado

La actividad económica se entiende indisolublemente ligada a la figura del contrato. El Estado suscribe diversos contratos para cumplir sus fines y atender las diferentes necesidades de los ciudadanos. Este curso desarrolla la regulación especial existente en nuestro país, sobre los contratos que suscribe el Estado para la adquisición de bienes, servicios y obras.

Derechos Reales

En el curso se estudiarán las diversas relaciones jurídicas que surgen entre las personas a propósito de los bienes. El Derecho tiene que decidir cómo se asignan los derechos sobre bienes, hasta dónde se extienden los derechos, cómo se explotan y utilizan los bienes, etc. Los Derechos Reales (o la Propiedad, como llamaremos este curso) son aquella parte del Derecho Privado que

se ocupa de todo esto. La regulación de la Propiedad tiene vinculación directa con la asignación de titularidades. Son las reglas de propiedad o titularidades las que asignan derechos y deberes respecto de bienes corporales como no corporales. La aplicación por tanto de la Propiedad o de los Derechos Reales se extiende a una variedad de operaciones económicas, desde las más simples y domésticas.