

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

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

SEGUNDO SEMESTRE 2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN

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. El curso prepara a los estudiantes para que sean capaces de identificar sus tipos, sus causas y de emplear estrategias para su adecuado afrontamiento. Al finalizar el curso, el alumno podrá identificar los síntomas del estrés laboral y otros problemas vinculados a la salud mental de los trabajadores. Así mismo, estará en capacidad de tomar medidas que aporten significativamente a un clima organizacional sano, que contribuya al desempeño y bienestar de todos los miembros de una organización.

142072 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EN EMPRESAS DE SERVICIO

En las últimas décadas la gestión de la calidad se ha convertido en una de las principales estrategias de las organizaciones exitosas, las cuales han logrado ser efectivas y competitivas, a través de la mejora de sus servicios.

La calidad en el servicio, en la actualidad, es un aspecto fundamental no sólo para la competitividad de la organización, sino, como factor determinante de la eficiencia de los procesos operativos y de la satisfacción total del cliente.

Los conocimientos de estrategias, técnicas y herramientas de este curso no sólo permitirán al alumno comprender los fundamentos de una organización de servicios, sino conocer como el sistema de gestión de calidad contribuye a la excelencia organizacional y a la mejora continua de la organización.

142071 GESTIÓN DE E-COMMERCE & LOGÍSTICA DE ÚLTIMA MILLA

El curso busca ofrecer al alumno una visión estratégica de las actividades relacionadas con el e-commerce y las operaciones relacionadas con la última milla logística además de permitir al alumno entender los principios, así como las variables más importantes a considerar en el diseño, desarrollo, implementación y control de la misma, basado en experiencias y casos reales soportados en un marco teórico en continuo desarrollo.

142050 MODELOS DE NEGOCIO 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 desarrollaremos estrategias para crear Modelos de Negocio Disruptivos inspirados en casos.

140825 STRATEGY (UOL)

The purpose of this course is to provide a set of tools that will develop the student's Strategic Thinking. It studies situations in which two or more decision-makers interact in a strategic manner. Understanding strategy situations involving conflict and/or cooperation has proved useful in many areas of economics, business, political science, law, and social psychology. This course is an interaction of game theory, economics and strategic management.

141061 MANAGEMENT SCIENCE METHODS (UOL)

The aims and objectives of this course are to:

Enable students to see that many managerial decision making situations can be addressed using standard techniques and problem structuring methods.

Provide a comprehensive and concise introduction to the key techniques and problem structuring methods used within Management Science that are directly relevant to the managerial context.

Enable students to see both the benefits and limitations, of the techniques and problem structuring methods presented.

149467 DESARROLLO DE EMPRENDEDORES

El emprendimiento y la gestión son disciplinas muy distintas pero fundamentales para el desarrollo y crecimiento socioeconómico de un país. Mientras que la gestión se ocupa de la eficiente administración de una institución o empresa que está en marcha, el emprendimiento se ocupa de los emprendedores y cómo surgen las nuevas iniciativas empresariales en determinados contextos.

Por lo tanto, el emprendimiento -como disciplina- estudia: i) al emprendedor ii) el proceso de emprender iii) a las startups y iv) a los actores de los ecosistemas de emprendimiento e innovación que promueven una cultura empresarial y el surgimiento de nuevas iniciativas empresariales.

A partir del 2008, el ecosistema peruano de emprendimiento e innovación toma un protagonismo nunca antes visto en la historia económica del país, al ser reconocido como un ecosistema fundamental para el progreso económico y bienestar social. Dada su importancia, a partir del 2014, se entrega por primera vez fondos de capital semilla para emprendedores y sus start-ups, y recursos económicos para el fortalecimiento de incubadoras de empresas y redes de inversionistas ángeles, actores fundamentales del ecosistema. Hasta entonces, solo se entregaban recursos para mejorar la eficiencia, la productividad y la competitividad de pequeñas y medianas empresas que ya estaban en marcha.

En este contexto lleno de oportunidades para los emprendedores, pero al mismo tiempo con grandes retos por la crisis económica y sanitaria a nivel global, la asignatura brinda a los participantes un panorama general de:

- a) El desarrollo del emprendimiento como disciplina.
- b) Los roles del emprendedor, el empresario y el gestor de empresas en el contexto global.
- c) El proceso de emprender en entornos cada vez más complejos, globales y competitivos.
- d) El rol de los diversos actores del ecosistema de emprendimiento e innovación, especialmente en el Perú.
- e) Las principales herramientas para iniciar los procesos de innovación y emprendimiento.

142010 HABILIDADES DIRECTIVAS

El curso tiene por objetivo proveer a los estudiantes de un espacio para el autoconocimiento y la reflexión en torno a un conjunto de capacidades identificadas como centrales para potenciar su desempeño en futuras responsabilidades de gestión.

Los estudiantes serán expuestos a las ideas, experiencias y lecciones prácticas de personas que se han destacado a nivel internacional y nacional en los diversos temas que serán abordados. Para ello, se combinará la escucha de exposiciones y conferencias, la lectura y el repaso de conceptos claves, con actividades de tipo experiencial que buscarán iniciar su camino en el reforzamiento de las habilidades en estudio.

Al inicio del curso se aplicará una prueba sobre rasgos de comportamiento y sobre inteligencia emocional. Paralelamente al trabajo individual y a la reflexión colectiva en clase, cada estudiante recibirá sesiones de coaching individual para acompañar su proceso de aprendizaje.

Varios materiales de lectura y videos se presentarán en idioma inglés.

140752 GESTIÓN DE LA CULTURA EMPRESARIAL

El curso corresponde al Plan de Estudios de la Facultad de Ciencias Empresariales. Es un curso electivo y se ofrece en la modalidad virtual asincrónica. Demanda del alumno un alto nivel de rigor académico para atender las sesiones de trabajo y lecturas asignadas a lo largo del curso. Se espera del alumno una actitud proactiva a la reflexión y crítica de los conceptos y modelos a estudiar. El curso brinda la oportunidad al alumno de identificar los diferentes factores de creación, desarrollo y evolución de la cultura en las organizaciones.

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. En concreto nos referimos a la Cultura empresarial.

En una sociedad cada vez más globalizada es preciso contar con medios y técnicas que nos permitan una gestión adecuada y eficaz de la cultura como activo que posee toda empresa y lograr de ella que se convierta en una fuente generadora de importantes ventajas competitivas.

143764 RETENCIÓN Y COMPENSACIÓN DEL TALENTO

El curso busca que el alumno entienda y comprenda la importancia de las diferentes prácticas de recursos humanos que tienen una influencia positiva en la retención del talento humano dentro de la organización. Las empresas dedican una gran cantidad de recursos para encontrar y desarrollar un capital humano que les brinde ventajas competitivas sostenibles en el tiempo, razón por la cual necesitan ser muy creativos para retener a las personas claves para la organización. Complementando estas prácticas se analizará el sistema de compensaciones bajo el ámbito de las normas laborales peruanas, proceso estratégico que hace posible reconocer el desempeño laboral de los trabajadores siendo también un medio importante para conservar el talento que necesita la organización para alcanzar sus objetivos.

(NUEVO CÓDIGO) PROTOTIPADO DE EMPRESAS SOCIALES

Logro de aprendizaje: El estudiante formula propuestas de solución de mercado innovadoras a los desafíos sociales de su interés. En su desarrollo evidencia comprender la complejidad del proceso de buscar un balance entre los objetivos de generación de valor económico, la gestión responsable y el impacto social. Previo al desarrollo de su propuesta evidencia conocer por qué es relevante para la empresa social atender el desafío y tener mapeados todos los aspectos sobre los que debe trabajar para atenderlo. Asimismo, refleja una buena comprensión de los elementos que facilitan la viabilidad para la instalación de una empresa social.

Contenidos: Contexto legal y regulatorio, Empresas sociales, Fundamentos de los negocios sostenibles, El ecosistema del emprendimiento social, Negocios inclusivos y comercio justo, Oportunidades de negocio desde la innovación social y la agenda 2030, Metodologías ágiles para el diseño de iniciativas emprendedoras, Financiamiento del emprendimiento social/emprendimiento de impacto, Instrumentos de gestión aplicados a problemas sociales, Teoría de cambio, modelo lógico y formulación de proyectos sociales,-Medición de impacto social.

(NUEVO CÓDIGO) DISEÑO DE PROYECTOS DE ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO

Logro de aprendizaje: Al finalizar el curso, los estudiantes diseñarán proyectos con las características propias del sector sin fines de lucro y desarrollarán una estrategia de comunicaciones y recaudación de fondos ad hoc.

Contenido: Historia y contexto actual: Historia de las OSFL en el Perú; Conceptos claves; Marco legal; Marco regulatorio; Contexto actual. La OFSL por dentro: Estructura de una OSFL y particularidades en el enfoque de las áreas; Estrategias del sector. Diseño de proyectos: Teoría de cambio; Marco lógico; Análisis de grupos de interés; Diseño centrado en personas; Estructuras de proyectos; Indicadores para proyectos. Comunicaciones y recaudación de fondos: Gestión de alianzas; Impacto colectivo; Estrategias de comunicaciones; Estrategias de recaudación de fondos; Rendición de cuentas. Mejora continua de proyectos: Evaluación de proyectos; Estándares; Nuevas tendencias: Visión sistémica y regenerativa.

(NUEVO CÓDIGO) GOBIERNO CORPORATIVO

Logro de aprendizaje: 1. Analizar los beneficios para las empresas de implementar las buenas prácticas de Gobierno Corporativo contribuyendo a mejoras en la sostenibilidad y desempeño de las empresas. 2. 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. 3. Identificar los riesgos éticos relacionados con el modelo de negocio de cada empresa teniendo en cuenta las normas y regulaciones vigentes. 4. Redactar un código de ética con el objetivo de fomentar la cultura de cumplimiento y ética (conductas, valores y prácticas que regulan el comportamiento de todas las personas que hacen parte de la organización).

Contenido: Relación empresa, gobierno y sociedad. Marco normativo internacional y local. Teoría de agencia y destrucción del valor. Los ámbitos del gobierno corporativo: derechos de los accionistas; Inversionistas institucionales, mercados bursátiles y otros intermediarios; papel de los grupos de interés en el gobierno corporativo; arquitectura de control; responsabilidad y gestión del Directorio; la Junta General de accionistas: funciones, atribuciones, funcionamiento; compliance: gestión de riesgos operativos y legales; revelación de información y transparencia. Conflictos de interés. Organización, distribución de funciones y delegación de poder.

(NUEVO CÓDIGO) SOSTENIBILIDAD Y ALIANZAS MULTIACTIACTOR

Logro de aprendizaje: Se espera que, al finalizar este curso, los participantes comprendan el marco conceptual del relacionamiento estratégico en y entre organizaciones promotoras del desarrollo sostenible. Asimismo, se espera que los participantes sean capaces de identificar, independientemente del tipo de organización que representan, oportunidades de alianzas estratégicas que contribuyan al bienestar de la sociedad y que fortalezcan la posición de la organización. Como resultado del entrenamiento en clase y fuera de ella, se espera que los participantes se familiaricen con el uso de herramientas para el diseño, instalación y monitoreo de alianzas multiactor, bajo el enfoque del relacionamiento estratégico. Por último, se pretende que el participante integre la importancia de un comportamiento ético y orientado a la sostenibilidad, en su proceso de toma de decisiones.

Contenido: Contexto actual y Objetivos de Desarrollo Sostenible: Contexto socioambiental; Conceptos de responsabilidad social y desarrollo sostenible. Incorporación de la sostenibilidad en la gestión organizacional: Integración de la sostenibilidad en la estrategia corporativa; Elementos de transformación hacia una gestión socialmente responsable; Herramientas para el alineamiento de iniciativas de responsabilidad social con la estrategia del negocio. Introducción al relacionamiento estratégico: Concepto de relacionamiento estratégico como marco para la generación de alianzas; Tipología de alianzas; Negociación para la maximización de valor para las partes; Evaluación de casos de alianzas. Condiciones para el relacionamiento: Identidad organizacional y ventaja diferencial de la organización; Barreras para el relacionamiento estratégico; Criterios y estrategia en el relacionamiento organizacional. Diseño e instalación de alianzas: Análisis del contexto o entorno para la instalación de la alianza; Criterios y herramientas para la selección de aliado; Diseño y presentación de la alianza. Implementación y Gestión: Gobernanza y narrativa de la alianza; Monitoreo y gestión de la alianza; Estrategia de salida o escalamiento. Consideraciones a tomar en cuenta: Troubleshooting: resolución de nudos; Evaluación de salud de la alianza; Exposición de trabajos finales.

(NUEVO CÓDIGO) ANALÍTICA DEL TALENTO

El curso de Analítica del talento ofrece un panorama general sobre la forma en que las organizaciones necesitan gestionar el más valioso de los recursos: los recursos humanos en un entorno de alto desarrollo de los datos, la inteligencia artificial y los modelos predictivos. Estudia la cultura de alto desempeño en organizaciones que han puesto en acción el uso de datos maximizando su utilidad para el logro de los objetivos de recursos humanos alineados a los objetivos organizacionales. 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 la carrera de Administración.

(NUEVO CÓDIGO) ORGANIZACIONES DEL APRENDIZAJE Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

Logro de aprendizaje: 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.

Contenidos: Organizaciones de aprendizaje. Creación de una cultura de aprendizaje. Tipos de conocimientos. Pilares, mecanismos de gestión y herramientas en la gestión del conocimiento. Fases en la gestión del conocimiento. Relación entre conocimiento, innovación e impacto al interior de la organización y en el entorno de las empresas nacionales o multinacionales.

(NUEVO CÓDIGO) TOMA DE DECISIONES EN UN SERVICIO DE HOTELERÍA

En el curso se brinda una visión sumaria de la Industria de la Hospitalidad Turística, uno de los sectores más prometedores y rentables de la economía. El turismo y la hospitalidad están interrelacionados. Los turistas, según el propósito de sus viajes, tienen requerimientos que la hospitalidad turística atiende.

Esta industria incluye diversas áreas de la actividad humana: turismo, recreación, hostelería, restauración, actividades de excursiones, organización de exposiciones, así como la celebración de diversos eventos.

Después de recibir una explicación sucinta de la operativa del sector, los alumnos deben aplicarla:

- En una experiencia práctica de trabajo en equipo y toma decisiones. Al competir, equipo contra equipo, en una simulación interactiva focalizada en gerenciar un hotel restaurant. Contribuyendo al desarrollo de la competencia de gestión eficaz y eficiente.
- En un trabajo integrador para atender los desafíos de competitividad de una entidad nacional de este sector. Contribuyendo al desarrollo de la competencia de pensamiento estratégico.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

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.

(NUEVO CÓDIGO) 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.

167060 CONTABILIDAD DE COSTOS

Este curso permitirá al alumno costear productos, servicios u otros objetos de costo para generar reportes externos e internos y manejar información básica de costos para el control de la organización. Proporcionará los conceptos básicos y la clasificación de costos, los sistemas y métodos de contabilidad de costos, los elementos del costo de producción, los mecanismos para la asignación de costos indirectos, el costeo por órdenes de trabajo, el costeo por procesos, el costeo de unidades dañadas y reprocesadas, el costeo de productos conjuntos, los costos estándares y las variaciones de costos estándares.

160088 CONTABILIDAD DE GESTIÓN

El curso permitirá planificar y tomar decisiones empresariales en situaciones variadas usando principalmente información de costos. Proporcionará temas como conceptos básicos de la contabilidad administrativa, sistemas de costeo absorbente y directo, modelo Costo – Volumen – Utilidad, costeo y administración basados en actividades, presupuesto maestro, presupuesto estático y flexible, análisis de variaciones presupuestales, costos e ingresos relevantes para la toma de decisiones y precios de transferencia interna.

(NUEVO CÓDIGO) 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.

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.

160099 NORMAS CONTABLES INTERNACIONALES

El curso contribuye al análisis y resolución de situaciones contables complejas proponiendo soluciones en base a las normas de contabilidad vigentes, teniendo en cuenta una visión integral y un profundo análisis del entorno y de las organizaciones. Como parte del curso se realizará una comparación general con otros marcos contables como son los U.S. GAAP y se discutirá sobre las tendencias más recientes en lo que respecta a las normas para la presentación de información.

En este sentido, los estudiantes enfrentarán situaciones que los llevarán a tomar decisiones a partir de un proceso reflexivo y analítico.

160101 SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONTABLE Y ADMINISTRATIVO

Este curso proporciona a los alumnos herramientas que permitan identificar los sistemas de información que cohabitan en las organizaciones, y comprender su importancia estratégica.

Su objetivo principal es contribuir en la formación de los alumnos para constituirlos en actores claves para el diseño, implementación, uso eficiente, y formulación constante de propuestas de mejora en los sistemas de información contables y administrativos en su vida laboral futura.

El curso enfatizará la base conceptual y en su aplicación práctica, integrándolos con los conocimientos adquiridos en los cursos llevados previamente en la carrera.

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.

160137 ASPECTOS TRIBUTARIOS PARA NEGOCIOS GLOBALES

Mediante el presente curso, se proporcionarán las herramientas de control tributario fundamentales para los decisores de la empresa, relacionadas con el planeamiento fiscal internacional, partiendo del conocimiento del adecuado manejo interpretativo de los Convenios para Evitar Doble Tributación (CDI), para llegar al análisis de Precios de Transferencia y la Subcapitalización, y luego revisar la casuística de las figuras de planificación fiscal en el caso de No Domiciliados, en base al análisis de casos prácticos y de las RTF más relevantes.

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.

160104 MANAGEMENT ACCOUNTING

This course is designed to provide you with the knowledge and skills you will need to design appropriate management accounting reports that give information for operational and strategic decision making, planning, performance measurement and control in any business context.

Management accounting has evolved from being purely concerned with the recording and measurement of costs, to supporting decision makers in their daily and strategic decisions. For this reason, nonfinancial information is included in management accounting reports, where it is used in combination with financial information to construct a picture that can illuminate the contribution that each division, function, activity, process and procedure makes to the strategic achievements of a firm.

169318 PRINCIPLE OF ACCOUNTING

This course provides an introduction to financial and management accounting. It is aimed at providing a broad understanding of the theory and practice of financial accounting, management accounting and financial management, both for non-specialist students and as a foundation for further study in the area.

This course does not focus on the technical aspects, but rather examines the basic principles and underlying concepts and the ways in which accounting statements and financial information can be used to improve the quality of decision-making.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

1MN022 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS APLICADA

El curso está enfocado en aplicar los conocimientos adquiridos en Investigación de Mercados, estudiando y analizando casos reales; para desarrollar a su vez un proyecto de investigación con mayor profundidad y detalle para empresas que operan en el país.

Los resultados del aprendizaje son:

- Formular objetivos de investigación: Proceso inicial clave para el éxito de una investigación y futura toma de decisiones.
- Diseño de un estudio y selección de la metodología de investigación que más aplique.
- Ejecución de la investigación cualitativa y cuantitativa.
- Procesamiento de la información y análisis de resultados.
- Desarrollo de presentaciones efectivas, ante las empresas participantes, para transmitir correctamente el mensaje, resultados y llegar a un nivel de consultoría con las conclusiones y recomendaciones.

1MN067 MARKETING ESTRATÉGICO

El curso de Marketing Estratégico busca que los alumnos manejen las diferentes estrategias del proceso de mercadeo desde la formulación estratégica (postura competitiva, segmentación y posicionamiento) articuladamente con aquellas estrategias de la mezcla de marketing.

Es así como el curso aporta a la siguiente competencia:

- Competencia: Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes.

1MN005 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.

1MN015 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.

1MN016 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.

1MN077 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.

(NUEVO CÓDIGO) MARKETING EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE

El curso de Marketing en la Base de la Pirámide ofrece un panorama general sobre la forma en que las organizaciones entienden a los consumidores de bajos ingresos y diseñan una oferta de productos y servicios accesible para ellos; y que a su vez genera valor tanto para la organización como para la sociedad. El propósito del curso consiste en explorar las oportunidades de desarrollo de nuevos productos y/o servicios sobre la base de la innovación y la tecnología para un mercado amplio a nivel local e internacional. Estudia casos de éxito locales e internacionales en los sectores emergentes; así como el diseño de todos los elementos del marketing mix y las estrategias para lograr productos y servicios exitosos en un macromercado de microconsumidores. 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.

1MN027 ESTRATEGIAS DE BRANDING

El curso provee las bases teóricas y prácticas para gestionar la marca como activo intangible en el corto y largo plazo. Incluye los procesos de creación y el desarrollo de marcas que aporten valor al consumidor y rentabilidad para la empresa.

1MN346 TIENDAS VIRTUALES Y COMERCIO ELECTRÓNICO

El objetivo principal es que los alumnos sean capaces de reconocer las nuevas formas de crear emprendimientos en Internet y manejar las herramientas, conceptos y conocimientos para planificar, diseñar y promover negocios virtuales en todas las plataformas y los factores que

determinan el éxito a través del canal digital. El participante dominará las estrategias de compra y venta a través de medios electrónicos así como los medios de pago, cadena de suministro y procesos de recolección de datos.

1MN065 MARKETING SOSTENIBLE

El curso promoverá en los alumnos el desarrollo de una actitud crítica frente a las consecuencias de las acciones de marketing en los ámbitos sociales y ambientales que lo impulse a tomar decisiones de marketing responsables.

A lo largo del curso los alumnos conocerán el ámbito de aplicación del Marketing Socialmente Responsable que incluye los modelos de negocio, el marketing con causa y el marketing social. Además, se le proporcionará las herramientas para que conceptualicen e implementen campañas de marketing socialmente responsable.

(NUEVO CÓDIGO) MARKETING DE INFLUENCERS

El curso de Marketing de Influencers ofrece un panorama general sobre esta nueva tendencia del marketing que está siendo usada cada vez más por las marcas para conectar con las audiencias más digitalizadas como son la generación Y, Z y las que le siguen. Estudia las características y componentes de un plan de marketing basado en influencers, así como las cualidades que se requieren en este segmento para generar vínculos estrechos entre las marcas con sus consumidores o usuarios. Aborda el desarrollo del uso de influencers en la estrategia y visión de la marca para lograr los objetivos organizacionales. El propósito del curso consiste en brindar una visión general sobre cómo diseñar un plan de marketing de influencers en un contexto en que la generación actual y las futuras están cada vez más conectadas a través de las redes sociales en donde se está dando el conocimiento de las marcas, la preferencia e inclusive su compra. 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.

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.

1MN357 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.

1MN246 SIMULACIÓN DE DECISIONES DE MARKETING

El curso es de naturaleza práctica. Ofrece al alumno las herramientas para el análisis y la toma de decisiones de marketing en un entorno de alta competencia con el objetivo de maximizar el retorno de la compañía. Se hace énfasis en la aplicación de los conceptos fundamentales de marketing a casos prácticos y a la toma de decisiones en un ambiente simulado.

1MN062 PROCESOS DE VENTAS Y EL CLIENTE

Esta asignatura introduce a los alumnos de la carrera de Ingeniería Empresarial en el mundo de las Ventas y la importancia del Cliente desde la perspectiva triangular de organización, procesos y tecnología de información, de tal forma que al finalizar el curso estén en capacidad de proponer estrategias y mejoras en los procesos de Venta de las empresas a fin de satisfacer las necesidades y exigencias del Cliente.

(Nuevo) International Marketing (dictado en inglés):

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.

The course will culminate in a semester-long international collaborative project involving the application of Global Marketing Strategies in the development of an International Marketing Plan.

1MN151 Investigación en Marketing I:

El curso de investigación busca asistir a los alumnos en la identificación de un problema relevante a estudiar, la formulación del objetivo, la relevancia y justificación del estudio para el mundo académico y profesional, la revisión de la literatura y el planteamiento de hipótesis en el contexto de marketing. El producto final del curso comprende la elaboración de un plan de investigación (PI) con base en el método científico. El estudio representa un aporte teórico-práctico al desarrollo del marketing y a la comprensión del comportamiento del consumidor, orientándose hacia el beneficio de la sociedad.

Como resultado de aprendizaje se espera que el alumno participante:

- Realice investigación aplicada en el campo del marketing, con la finalidad de generar conocimiento para optimizar la toma de decisiones de marketing.

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.

12128 LITERATURA PERUANA CONTEMPORÁNEA

En el presente curso insistiremos en que la obra literaria, como obra artística, supone un conocimiento nuevo sobre el hombre, a la vez que proporciona al lector atento gratos momentos de placer. Tendremos siempre presente que no estamos ante un producto aislado, sino que, por el contrario, la obra artística está en estrecha vinculación con su contexto histórico. Trataremos, entonces, de lograr que las lecturas, análisis y comentarios de las obras escogidas nos lleven a un conocimiento más profundo de nuestra realidad peruana y, a la vez, a un auténtico goce estético.

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.

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.

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 la 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.

120124 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.

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.

ANÁLISIS POLÍTICO RELEVANTE PARA LA PERSPECTIVA ECONÓMICA (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos

No hay duda de que la política influye directamente, de manera positiva o negativa, en la trayectoria de la economía y en el clima de negocios de las empresas, convirtiéndose, con frecuencia, en un factor crucial para definir el horizonte de la estrategia de una compañía. Por ello, este seminario proveerá a los alumnos, mediante una activa participación de los mismos, las herramientas necesarias para interpretar correctamente la situación política del país y evaluar su impacto en el futuro de las empresas, como un elemento valioso para el planteamiento estratégico.

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.

ECONOMIC GROWTH AND DEVELOPMENT IN L.A. (3 créditos)

Requisito: 100 créditos académicos

Dictado en inglés

Diversity of Latin American countries. Factors affecting the historical patterns of economic growth and development in Latin America (LA). Schools of thought interpreting the economic history of the region, trade and investment flows. Analysis of development phases: from primary export promotion to import substitution, the debt crisis, stabilization policies, the market orientation of Washington Consensus policies, financial crises, the China effect & the “commodities’ boom,” income distribution and exclusion, impact of the pandemic, and political responses to globalization trends in specific countries. Recent economic performance / analysis of issues conducted by student teams.

ENTORNO ECONÓMICO

Requisitos: 80 créditos académicos y Economía General II

Para todos, la economía importa, sea a nivel personal, laboral y/o empresarial. ¿Cómo se hace un análisis del entorno económico, dentro del cual vivimos? ¿Qué necesitamos saber para comprender cómo ese entorno, que interactúa con otras dimensiones, como la política, y por lo tanto condiciona lo que puede pasar? El curso explica cómo se hace un estudio del entorno económico y toma como punto de partida la definición de las principales variables económicas y no económicas. Con ello mejorará la toma de decisiones.

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.

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 LERANING 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 realizaran ejercicios utilizando Python, y el aprendizaje se realizará resolviendo problemas de machine learning.

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.

POLITICAL ECONOMY SEMINAR (3 créditos)

Requisitos: 100 créditos académicos

Dictado en inglés

Acquire a deep understanding of the implications of globalization, its criticisms, and the pandemic for future generations. Develop an analytical framework for the analysis of globalization phases, emergence of populisms and nationalisms, institutions governing growth and development, asymmetries worldwide, arguments for and against free trade and market fundamentalism, China's impact, financial shocks, growth traps, global warming, the pandemic and the post-pandemic future.

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.

TEORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO (4 créditos)

Requisito: Macroeconomía III

Este curso ofrece una introducción a los temas más relevantes dentro de la Economía del Desarrollo. Para ello, se revisarán investigaciones internacionales y se utilizarán herramientas estadísticas y de evaluación de programas.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE FINANZAS

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.

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>

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 CRIPTOMONEDAS (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos + 1F0228 Economía Financiera I O 1F0120 Finanzas Corporativas I

Docente: Walter Bazán

El seminario proporciona una comprensión introductoria a las criptomonedas, la tecnología de cadena de bloques y la identificación patrones de precios para hacer transacciones. Al final de este seminario, los estudiantes van a adquirir los principios por los que operan las criptomonedas, los activos basados en la criptografía y serán capaces de encontrar oportunidades para tomar ganancias en los mercados de intercambio de criptomonedas. El seminario concluye sobre cómo hacer histogramas, obtener densidades empíricas, realizar indicadores técnicos, tomar decisiones basadas en reglas de trading (análisis visual y estadístico), e identificar y analizar riesgos (gestión de riesgos).

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 FINANCIAMIENTO Y 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.

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.

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.

FACULTAD DE DERECHO

1. Derecho Ambiental

Al término del curso, el estudiante resolverá un caso ambiental, para ello, determinará con precisión los hechos relevantes en el problema planteado; identificará con precisión cuál es el problema legal ambiental, la legislación aplicable, los principios generales y las principales instituciones jurídicas vinculadas a la materia del caso; hará un diagnóstico acertado del problema y lo analizará con argumentos claros y coherentes; propondrá una estrategia de solución al caso, conjuntamente con un plan de acción para lograr el objetivo concreto. Su redacción y expresión oral serán comprensibles (no presenta problemas serios de sintaxis y/o de ilación lógica entre los párrafos). Así mismo, citará explícita y adecuadamente las fuentes empleadas en la evaluación del problema planteado.

2. Derecho del Comercio Internacional

Al término del curso, el estudiante resolverá un caso jurídico relativo al comercio internacional. Para ello, habrá determinado con precisión cuáles son los hechos relevantes en el caso planteado y definido con claridad y precisión los problemas jurídicos relevantes. Habrá identificado las normas relevantes del comercio internacional, tanto en el plano nacional como internacional, que se ajustan mejor a los hechos. También habrá contrastado los problemas identificados con el ordenamiento jurídico del comercio internacional para proponer alternativas de solución al caso y elegirá la alternativa que permita la solución jurídica más adecuada a la problemática presentada. Fundamentará su propuesta de solución con argumentos coherentes, claros y precisos. La redacción será apropiada y citará explícita y adecuadamente las fuentes empleadas en la evaluación del problema planteado.

3. Regulación Bancaria y de Mercado de Capitales

Al término del curso de Regulación Bancaria y de Mercado de Capitales, el estudiante presentará un Memorándum de Opinión Crítica, en el que identifica un tema en materia de Derecho Bancario o Mercado de Capitales jurídicamente relevante, analiza el tema a efectos de formular una crítica constructiva y sobre todo novedosa; los argumentos que propone están sustentados jurídicamente, a partir de los principios, legislación, jurisprudencia y doctrina aplicables así como de la realidad económica financiera que subyace; el análisis debe ser jurídico pero a la vez fáctico, es decir, considerando la realidad o situación concreta a regularse; estructura de forma adecuada los argumentos que sustentan su posición; y demuestra los costos y beneficios de su propuesta de solución.

4. Políticas Públicas

El curso se desarrollará a través de la implementación progresiva de actividades conceptuales y prácticas que permitirán al alumno entender y dominar las principales características del método científico en el derecho, ciencias sociales y humanidades. Se incentivará el pensamiento crítico y analítico de la literatura académica estudiada, junto al uso de herramientas interdisciplinarias para identificar problemas de investigación, diseñar hipótesis y aplicar enfoques metodológicos que describan fenómenos sociales.

5. Reestructuración e Insolvencia

Aproximación a la crisis y la insolvencia. Alternativas privadas: reestructuración de deudas y liquidación societaria. Alternativas públicas: los procedimientos concursales en el Perú. La reestructuración patrimonial. Fusiones y adquisiciones en reestructuración: el “take over” de la empresa en concurso. Liquidación concursal. Insolvencia Transfronteriza. La tarea pendiente: el futuro de las reestructuraciones.

6. Criminal Compliance

El nuevo paradigma de la responsabilidad penal de las personas jurídicas. Los programas de cumplimiento y la cultura de integridad en el funcionamiento de las personas jurídicas. Elementos de un programa de cumplimiento. La certificación de los programas de cumplimiento. La exoneración y la atenuación de responsabilidad penal de las personas jurídicas como resultado de un programa de cumplimiento idóneo y eficaz. La persona jurídica en el proceso penal.

7. Derecho Tributario Internacional

Doble imposición internacional: concepto, clases, métodos para aliviarla. Reglas de imposición a contribuyentes no domiciliados. Modelos de Convenios para Evitar la doble imposición. Análisis de los convenios celebrados por el Perú. Concepto de Establecimiento Permanente. Estudio de diversos tipos de renta en los referidos convenios: renta empresarial, dividendos, intereses, regalías, ganancias de capital. Otros temas de interés.

FACULTAD DE INGENIERÍA

170335 Herramientas de programación

Al término del curso, el estudiante podrá analizar diversas formas de diseño de algoritmos y aplicar las estructuras convenientes con la finalidad de darle soluciones a problemas que tengan que ver con el manejo de datos e información al interior de las organizaciones. El estudiante desarrollará programas computacionales en un lenguaje de programación usando los principios de la programación estructura y de objetos en la resolución de problemas de propósito general.

Unidad 1: Algoritmos y pseudocódigo, estructuras secuenciales, estructuras condiciones y estructuras repetitivas. Unidad

2: Funciones, procedimientos, listas, matrices y diccionarios.

Unidad 3: Ordenamiento por el método de selección, inserción, burbuja, quicksort, búsqueda secuencial y búsqueda binaria.

Unidad 4: Clases y objetos, relaciones entre clases, UML, herencia, polimorfismo, clases abstractas, archivos.

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.

Unidad 1: Introducción a los algoritmos y al lenguaje de programación R

Unidad 2: Estructuras de control: secuencia, selección y repetición

Unidad 3: Escritura de funciones

Unidad 4: Estructura de datos

Unidad 5: Visualización de datos

Unidad 6: Herramientas para análisis de datos