

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

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

PRIMER SEMESTRE 2021

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN

140024 Administración Estratégica

Introducción

El curso ofrece al alumno un enfoque integral de la administración estratégica, la dirección estratégica y la política de la empresa. Desarrolla en los participantes el pensamiento estratégico en la aplicación de conceptos teóricos y la toma de decisiones. Contribuye a la formación de directivos y empresarios para gestionar exitosamente organizaciones en un entorno competitivo global.

Los resultados de aprendizaje son:

Propone estrategias de negocio innovadoras que tomen en cuenta la experiencia y haciendo uso adecuado de las herramientas tecnológicas de la organización.

Explica situaciones y escenarios de la organización, haciendo uso de los conceptos estrategia y de administración en las situaciones y escenarios necesarios.

Toma decisiones estratégicas en diversos contextos empresariales a partir de la evaluación crítica de los usos de la información.

Propone estrategias a nivel corporativo y de negocios con un sólido marco teórico y un enfoque sistémico para contribuir en las organizaciones a generar valor integrando todas las áreas funcionales.

Logro de aprendizaje final del curso

Al término del curso, el estudiante elaborará un plan estratégico que responda a la problemática de un caso propuesto. Para ello cumplirá con los siguientes criterios:

- Definirá el alineamiento y despliegue estratégico de políticas, planes, programas, acciones y procesos de la empresa
- Definirá el proceso de implementación de la estrategia, habrá determinado los mecanismos para su evaluación, incluyendo los criterios e indicadores de resultado de la misma.
- Determinará también los posibles impactos de su estrategia en un contexto dinámica competitiva, cambiante, global, incierto y de exigencia de responsabilidad social.

143344 Gerencia I

Introducción

El curso brinda la oportunidad al alumno de reconocer los elementos del diseño de la estructura en las organizaciones y relacionarlos con los factores del entorno. Así mismo, plantea propuestas para la solución de problemas gerenciales a partir del análisis del diseño de la estructura y de los enfoques estratégicos.

Los resultados de aprendizaje son:

- Realiza el análisis del entorno organizacional y de los recursos de la organización
- Elabora diagnósticos de gestión de organizaciones
- Diseña la estructura adecuada para las organizaciones de acuerdo a su situación interna y al entorno.
- Selecciona las mejores alternativas disponibles de su entorno, integrando criterios, para generar mayor calidad en sus proyectos
- Propone alternativas de mejora en la gestión de las organizaciones

Logro de aprendizaje final del curso

Al término del curso, el estudiante podrá elaborar un diagnóstico de la gestión de una organización a partir del modelo de negocio, la estructura y la estrategia. Para ello cumplirá con los siguientes criterios:

- Determinará las relaciones de causalidad entre los componentes del entorno organizacional, y descrito cómo funciona la organización a partir de sus elementos, mecanismos de coordinación, sistema de flujos y parámetros de diseño.
- Identificará los componentes de la configuración organizacional.
- Planteará alternativas de mejora para su gestión.
- Describirá el proceso estratégico de la organización y los elementos de la dinámica competitiva del sector en el que actúa la empresa.

144772 Gestión de Empresas Familiares

Introducción

En este curso se desarrollará la definición de empresa familiar (EF), que es la forma predominante de negocios en los países en desarrollo, como el Perú, y que, además, constituye alrededor del 30% de las empresas del Fortune 500 y Standard & Poor's 500 en los países desarrollados. Además, el curso aborda la influencia de los valores en la estrategia y resultados de la EF, los factores destacados en la gestión de este tipo de organización, y los conceptos principales que permiten a una EF conseguir ventajas competitivas. El curso aporta al desarrollo de competencias de análisis, pensamiento crítico, gestión y toma de decisiones.

Logro de aprendizaje final del curso

Al terminar el curso, el alumno elaborará un trabajo grupal que presentará en clase acerca de una empresa familiar. En él, mostrará un análisis de la EF, demostrando que ha leído y comprendido los temas y conceptos desarrollados en el curso, expondrá los conflictos actuales y potenciales de la EF. Un aspecto importante es entender que una

empresa crece si configura un proyecto empresarial, logra recursos y sus fundadores poseen la convicción para gestionarlo.

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.

146771 Gestión de la Innovación

El avance tecnológico y el de las comunicaciones han permitido a las empresas acceder a nuevas fuentes de recursos y oportunidades y, a su vez, ha generado una sociedad más demandante y exigente con respecto a los niveles de satisfacción que esperan recibir de los productos y servicios.

Así, ya no basta producir un bien u ofrecer un servicio de calidad, ahora la sociedad demanda cada vez más nuevos productos y servicios, de tal manera que el valor esperado por la inversión realizada se convierte en un factor determinante de la decisión de compra.

En este contexto, la búsqueda estratégica de oportunidades de los llamados “océanos azules”, donde el nivel de diferenciación de los bienes transados es una norma tácita, requiere de nuevos modelos de gestión y, por lo tanto, es necesario generar los procesos de innovación requeridos a fin de llegar al mercado objetivo y satisfacer las necesidades de los consumidores.

Por lo tanto, el rol del gerente - en un modelo dinámico de gestión- implica generar y gestionar la estrategia de innovación en la empresa a fin de alcanzar una posición de ventaja competitiva sostenible.

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.

Al finalizar el curso, los alumnos estarán en capacidad de:

- identificar y analizar las características de los servicios y las implicancias en la gestión de procesos.
- Identificar las diferencias entre los diferentes tipos de servicios y los aspectos relevantes para la gestión de procesos.
- Identificar los atributos de valor para el cliente y definir estándares de servicios.
- Definir y diseñar los procesos operativos bajo un contexto de calidad y productividad.
- Planificar y organizar los procesos operativos, determinar los recursos necesarios y estimar los costos para la gestión de procesos de servicios.
- Simular las operaciones de servicio y estimar los indicadores de gestión de procesos.
- Hacer un diagnóstico de calidad de servicio, analizar los problemas o aspectos de mejora y plantear propuestas de mejora.

141982 Antropología aplicada a los Negocios

El curso presenta a los alumnos el rol de la cultura en cada aspecto del entorno empresarial. Esto es particularmente relevante en un contexto globalizado en el cual el éxito o fracaso de las organizaciones es frecuentemente atribuido a “la cultura”. En el transcurso de esta clase, analizaremos el concepto de la cultura y lo que significa realmente para el entorno empresarial. El objetivo principal del curso es desarrollar una ‘inteligencia cultural’ y el manejo de data cualitativa que los alumnos pueden aplicar en estudios de comportamiento de consumidores, emprendedores y la cultura corporativa con un enfoque en el caso particular del mundo empresarial peruano.

Al final del curso, los alumnos serán capaces de ejecutar y evaluar estudios sobre la cultura como un elemento que impacta en el comportamiento de los consumidores y de las organizaciones sobre la base de una teoría y metodología antropológica. El curso culminará en un proyecto final, que consistirá en un ensayo y presentación de un estudio usando los métodos de etnografía, que involucran a la ‘observación del participante’ y entrevistas etnográficas. A través de ello, los alumnos:

- Prepararán un estudio de antropología empresarial.
- Ejecutarán entrevistas etnográficas y observación del participante
- Mostrarán su capacidad de comunicar de una manera eficiente un concepto o producto desconocido.
- Presentarán un trabajo escrito utilizando un formato científico.

143764 Retención y Compensación del Talento

El curso busca que el alumno conozca las mejores prácticas de gestión de personas que tienen como objetivo la retención del talento 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 hacer todo lo posible por retenerlos. Complementando estas prácticas se

analizará el sistema de compensaciones, herramienta 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. Los resultados de aprendizaje son:

- Formula estrategias para implementar prácticas de retención y compensaciones competitivas en un entorno complejo.
- Relaciona las prácticas de retención y compensación con los objetivos estratégicos de la organización.
- Propone mejoras para la retención del talento de una organización

Logro del aprendizaje final del curso

Durante el desarrollo del curso, el estudiante habrá sustentado dos trabajos prácticos relacionados a 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. Para ello cumplirá con los siguientes criterios:

- 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.
- Los alumnos administrarán y potenciarán a las personas en el ámbito organizacional según principios éticos y humanísticos.

141765 Selección y Evaluación de Personal

El propósito del curso es diseñar un Proceso de Selección y Evaluación de Personal utilizando las herramientas apropiadas y el enfoque de competencias. Diseñar un sistema integral de Selección y Evaluación de Personal.

La selección de personal se define como un procedimiento para encontrar a la persona que cubre el puesto adecuado al interior de una Organización

Se debe considerar las diferencias individuales, tener en cuenta las necesidades de la organización y su potencial humano, así como la satisfacción que el trabajador encuentra en el desempeño del puesto. Esto llevara al alumno a determinar el marco de referencia; es decir, la organización en que se realice la selección de personal, y tener las herramientas para efectuar la elección de la persona adecuada para un puesto adecuado y un costo adecuado que permita la realización del trabajador en el desempeño de su puesto y el desarrollo de sus habilidades y potenciales a fin de hacerlo más satisfactorio a sí mismo y a la comunidad en que se desenvuelve para contribuir, de esta manera, a los propósitos de organización.

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 del mismo, así como en la creación de organizaciones de alto desempeño.

La formación y desarrollo del talento serán analizadas sobre la base del respeto al individuo con un enfoque humanístico y ético.

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.

Logro de aprendizaje final del curso

- El alumno tendrá una visión integral y multidisciplinaria del proceso de planificación y gestión del talento; considerando valores humanísticos y éticos.
- El alumno entenderá, administrará y potenciará la creación de organizaciones de alto desempeño.

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.

160087 Contabilidad 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.

167138 Evaluación Financiera De Las Empresas

Al finalizar el curso, el alumno estará en capacidad de realizar análisis y evaluaciones de la información financiera de una empresa. El curso busca ofrecer a los alumnos las herramientas teóricas necesarias para realizar una evaluación financiera integral de una empresa sobre la base de los estados financieros e información adicional que complementa el estudio. De esta manera, el futuro profesional podrá construir informes coherentes que vincule el aspecto financiero con la gestión de la empresa, considerando los temas de mercado y de responsabilidad social.

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.

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

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.

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 complementa el estudio.

160142 La Informalidad En El Perú: Problemática Y Alternativas De Solución

Este curso permitirá al alumno ampliar los conocimientos y mejorar el entendimiento de la problemática de la informalidad en el Perú, en sus diferentes tipos: empresarial, tributaria y laboral, así como su relación con la economía nacional y la productividad de las empresas (especialmente las micro y pequeñas empresas-MYPES) y las personas,

proponiendo alternativas de solución concretas tomando conciencia que la informalidad es un problema multidisciplinario y cultural con un alto componente económico. Conocer que el tejido empresarial peruano está conformado en un gran porcentaje de micro y pequeñas empresas (MYPES) que dan empleo a un grueso sector de la población económicamente activa (PEA) y en su conjunto mueve grandes cantidades de capital, pero que en su mayoría son informales.

160149 Marco Jurídico Del Comercio Internacional

El curso se fundamenta en el análisis de la función económica de los Contratos en un nuevo escenario del comercio y negocios internacionales a través de las diversas modalidades y sistemas de contratación empresarial en un mundo globalizado que tiene como expresión el “comercio electrónico” de bienes y servicios.

En el curso se analiza los entornos políticos y jurídicos en que se sustentan los negocios examinando las cuestiones jurídicas que enfrentan las empresas en el marco de las relaciones contractuales para la realización de negocios.

Se analizará el comercio internacional y el desplazamiento de los factores de la producción, capital, trabajo y tecnología y la influencia de los modelos económicos que aplican los gobiernos en el comercio.

En el tema de los Agentes Económicos, empresas, se analizarán los contratos mercantiles que hacen vinculantes a las organizaciones empresariales y de éstas y la sociedad de consumo, a través del comercio internacional

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

1MN017 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. Las competencias del perfil del egresado son:

- Tomar decisiones sobre la base de su capacidad de análisis y pensamiento crítico.
- Resolver problemas gerenciales (casos, simulaciones).
- Demostrar capacidad para trabajar en equipos.
- Diseñar estrategias pertinentes al comportamiento del consumidor.

1MN021 Estrategias de Precio

El curso proporciona al estudiante los métodos y criterios para diseñar estrategias de precio alineadas con los objetivos estratégicos del negocio y para fijar precios que capturen el valor que una marca ofrece al consumidor, cumpliendo con criterios de ética y responsabilidad social. Este curso contribuye con el desarrollo de las siguientes competencias:

- Toma de decisiones estratégicas y gestión comercial con base en información cualitativa y cuantitativa.
- Gestión creativa y eficiente de marcas en un entorno altamente competitivo.

1MN018 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 con su respectivo logro de aprendizaje:

- Identifica oportunidades a partir de las necesidades, gustos, preferencias y deseos de los consumidores.

1MN026 Gestión de Ventas y Equipos Comerciales

El curso brinda las herramientas necesarias para la gestión del área de ventas con la intención de elevar el impacto y eficiencia del equipo comercial. Estas herramientas se enfocarán no sólo en la gestión cotidiana del equipo sino también en el diseño e implementación del mismo.

1MN307 Gestión estratégica comercial, métricas y ética

Diseñado por quien dicta la materia, esta asignatura presenta que las decisiones de gestión, circunscritas siempre por la ética, deben ser sustentadas con números pues es el único lenguaje común dentro de una organización. De esta manera se reduce el riesgo en la toma de las mismas pues las hipótesis se bajan a tierra con un argumento matemático y financiero. Lo que no se cuantifica no se mide, si no se mide no se evalúa y si no se evalúa no se mejora.

Se abordan conceptos/herramientas fundamentales de ética, capital humano, responsabilidad social, economía, finanzas, contabilidad, marketing, ventas y estrategia digital.

1MN020 Investigación de Mercados

El curso está orientado a obtener y analizar información del consumidor y del mercado para poder tomar decisiones de marketing eficientemente.

Los resultados del aprendizaje son:

- Formula objetivos de investigación a partir de la identificación de necesidades concretas de información, con el fin de optimizar la toma de decisiones de marketing.
- Diseña estudios de investigación de mercados cualitativos y cuantitativos, definiendo la metodología, la muestra y el instrumento de recolección de información más adecuado.
- Sintetiza e interpreta los resultados de diversos estudios de investigación de mercados, según objetivos y necesidades específicas.
- Diseña y desarrolla eficientemente un proyecto de investigación de mercados de tipo cualitativo y cuantitativo para optimizar la toma de decisiones de marketing.

1MN340 Marketing Engineering

Este curso está diseñado para entrenar y educar a la nueva generación de Gerentes de Marketing para que se puedan desempeñar efectivamente en un entorno intensivo de información.

Los Gerentes de Marketing deben tomar decisiones sobre la marcha acerca de características de producto, precios, canales de distribución, planes de compensación, etc. Para poder hacerlo, deben escoger cursos de acción en un entorno cambiante. Un enfoque típico para la toma de decisiones es desarrollar un modelo mental de la

situación que combina los hechos con la intuición, razonamiento y experiencia. Estos modelos nos pueden conducir a errores sistemáticos derivados de factores psicológicos. Un enfoque alternativo puede ser desarrollar una hoja de cálculo con todas las variables y escenarios previa a la toma de decisiones.

Por lo tanto, el curso se trata de usar modelos asistidos por computadora para la toma de decisiones de marketing. Esto no significa sustituir el marketing conceptual sino, por el contrario, complementarlo.

1MN028 Métricas de Gestión de Marketing

El curso brinda las herramientas para medir el impacto cuantitativo de las estrategias de marketing, de modo que se pueda evaluar la eficiencia de las mismas antes y después de su implementación. Para ello, se realiza el análisis de los resultados y el retorno sobre la inversión obtenido con estrategias de valor de marca, publicidad y promociones, medios digitales, fidelización de clientes, entre otras actividades de marketing.

1MN024 Planificación de la Publicidad y Medios

El curso aporta a la siguiente competencia y sus respectivos resultados de aprendizaje:

Competencia:

Nuestros egresados serán estrategias innovadores de marketing con una amplia visión de negocio.

Resultados de aprendizaje:

Evalúa los mensajes publicitarios de aquellos medios de comunicación que pueden ser afines al mercado objetivo para elaborar una estrategia de comunicación y medios.

Desarrolla un *brief* creativo que incorpora los principales objetivos de comunicación y *brand equity* de una marca, de modo que sirva como base para el planeamiento estratégico de una campaña publicitaria.

1MN203 Digital Markets for Global Markets

Digital marketing is becoming a key pillar in the business plans of companies. Marketing managers and executives must master digital marketing as a tool to develop and implement successful brand strategies.

Student competencies profile

- Management and productivity

The graduate will be able to organize, coordinate and implement effectively the resources and tasks available to achieve the goals and priorities defined previously by promoting the engagement and participation of those working with him. The graduate will be able to transform the knowledge, skills and resources into useful elements to generate practical solutions, seeking to raise standards and exceed expectations going beyond specific tasks and functions.

- Teamwork

The graduate will be able to actively participate in the process of achieving a common goal, committing to it and taking mutual responsibility for results. The graduate recognizes that people skills are complementary and he/she trust in dialogue, flexibility and respect as pillars of success in the work achieved.

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.

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.

120213 Expresiones Artísticas de las Vanguardias del Siglo XX

El curso “Expresiones artísticas de las Vanguardias del siglo XX en Europa” busca presentar al alumno, de una manera científica (es decir, clara, crítica, analítica, ordenada y sistematizada), el desarrollo de una etapa fundamental en la historia del arte occidental contemporáneo considerando algunos movimientos artísticos definidos como “Vanguardias” en las primeras décadas del siglo XX en Europa.

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.

121210 Historia de los antiguos griegos y romanos

La historia de las civilizaciones griega y romana es el tema de estudio del curso. Se trata fundamentalmente de reconocer los aportes de las mismas a la cultura universal contemporánea. Con la finalidad de entender la historia de los pueblos griegos y romanos no solo se tomarán en cuenta sus aspectos sociales, económicos y políticas, sino además las relaciones que a lo largo del tiempo se dieron entre ambos pueblos, así como con otros que habitaron la cuenca mediterránea.

124178 Historia de las ciudades de Latinoamérica

Un lugar común sobre las ciudades latinoamericanas es que son caóticas y desordenadas debido a una falta de planificación. El curso cuestionará esta premisa mediante el análisis de los distintos factores que han jugado un rol en la producción de dichas ciudades. Entre estos factores, se encuentran los altos niveles de desigualdad, el racismo, los cambios socioeconómicos, los actores sociales y políticos, y los intentos de planificar las ciudades. El análisis del rol que han jugado estos factores en producir ciudades con formas particulares de segregación y desigualdad permitirá a los estudiantes abordar críticamente sus propias experiencias como habitantes de una ciudad latinoamericana. Entre los temas a discutirse están los siguientes: la idea de la ciudad moderna, la relación entre urbanización y ambiente, la planificación urbana, la cuestión de la vivienda, la infraestructura, la movilidad, y las desigualdades urbanas.

120132 Historia del Arte Italiano

Mediante el curso de Historia del arte italiano, se busca ofrecer a los estudiantes una visión panorámica del desarrollo de las artes plásticas en Italia desde el arte etrusco y romano hasta la vanguardia futurista. El curso será caracterizado por un enfoque en tres etapas ilustres de la historia del arte italiano: renacentista, manierista y barroca.

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.

120200 Literatura de tema andino

“Literatura de tema andino” es un curso de base literaria, pero de tendencia multidisciplinaria (historia, sociología, lingüística, geografía, antropología) que tiene como fin reflexionar acerca de la realidad y cultura andina de nuestro país. Asumiendo lo andino como un componente fundamental para la configuración de nuestra nación, el

curso ofrece una relectura de textos literarios de tema andino y propone una discusión acerca de tópicos sobre su naturaleza. Así, la constante reflexión y el debate sobre la fragmentada realidad social actual y el carácter heterogéneo de nuestro país se convierten en el sustrato de esta aproximación literaria. El contenido que se desarrollará en el curso gira en torno a obras de autores hegemónicos de poesía, ensayo y narrativa como Garcilaso de la Vega, Felipe Guaman Poma de Ayala, Mariano Melgar, José Carlos Mariátegui, César Vallejo, Carlos Oquendo de Amat, José María Arguedas, Edgardo Rivera Martínez, Odi Gonzales.

120128 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.

FACULTAD DE ECONOMÍA Y FINANZAS

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMÍA

ANÁLISIS POLÍTICO RELEVANTE PARA LA PERSPECTIVA EMPRESARIAL (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 la identificación, formulación y evaluación de proyectos de los mismos. Se pondrá énfasis en el Análisis Costo Beneficio (ACB) utilizando 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 a la gestión pública, como las asociaciones público privadas y obras por impuestos.

HISTORIA DEL PENSAMIENTO ECONÓMICO (4 créditos)

Requisito: Macroeconomía III y Teoría del Comercio Internacional

Los alumnos de economía deberán reconocer las diferentes teorías del pensamiento económico que les permitan diseñar políticas económicas diversas, y cambio estructural.

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.

SEM.DE ECONOMÍA Y DESARROLLO HUMANO (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos

El curso pretende servir como herramienta introductoria para proveer los fundamentos conceptuales del Desarrollo Humano y entablar un diálogo con la disciplina económica con el propósito de situar al crecimiento económico como un medio y no como un fin en sí mismo. Este contenido será abordado desde una perspectiva interdisciplinaria, tomando como referencia al paradigma del Desarrollo humano (que tiene como fundamento al Enfoque de las Capacidades), inicialmente desarrollado por el economista y ganador del Premio Nobel Amartya Sen y complementado por una serie de académicos de diversas disciplinas de origen. La influencia en del enfoque a nivel global puede verse reflejada en las publicaciones e iniciativas llevadas a cabo por el Programa de la Naciones Unidas (PNUD) desde 1990 y, a nivel local, con la creación del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social en el Perú en el año 2011.

TEORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO (4 créditos)

Requisito: Macroeconomía III

Este curso intenta una introducción a la Teoría del Desarrollo Económico. El curso está dividido en tres partes. La primera intenta presentar las características económicas de las naciones no desarrolladas y discutir sus principales características estructurales. La Segunda parte es un resumen de las Teorías del Crecimiento Económico. La Tercera parte es un resumen de los principales modelos de Desarrollo Económico.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE FINANZAS

FINANZAS CORPORATIVAS I (5 créditos)

Requisito: Estadística I y (1F0162 Análisis Financiero o 1F0112 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 Contabilidad Intermedia

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.

SEM. 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.

SEM. 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: Nivelación en Informática 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

CORRUPCIÓN, SOCIEDAD Y POLÍTICA (4 créditos)

Requisito: Ciencia Política

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.

PENSAMIENTO SOCIAL CONTEMPORÁNEO (3 créditos)

Requisito: Ciencia Política

Se trata de un curso de carácter interdisciplinario, en el que las principales prácticas, las corrientes de pensamiento social, y los escenarios contemporáneos, son analizados desde diversas ópticas interpretativas. Es decir, se busca que los estudiantes

comprendan el modo en que pensamos y actuamos ahora, teniendo como referencia los actuales debates académicos desarrollados desde la teoría social.

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

Curso: Design Thinking and Innovation

Código: 170217

Innovation is a new mindset where strategic problem identification is the decisive first step.

For this, critical thinking is vital, as working in any project without understanding the real flaws behind it will not create a sustainable and agile solution. In the constantly changing reality, we live, iterative processes which help us adapt demand strategic thinking. This is why innovative methodologies like Design Thinking are key to evolve as professionals and leaders, constructing projects which are flexible enough to pivot whenever it's necessary.

In this course, we believe everyone can develop innovative skills in a proactive, fun and engaging way. Our objective is that students will be able to apply this mindset to both their professional and personal lives.

Curso: Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad Social

Código: 178071

El curso presenta un enfoque integrador de conceptos teóricos y prácticos sobre desarrollo sostenible, ecosistemas, cambio climático, gases de efecto invernadero, problemas ambientales, estándares de calidad ambiental límites máximos permisibles, así como un análisis de tratados internacionales de normas ambientales, principalmente la ISO 14001 y la ISO 26000 de responsabilidad social. También se analizarán los aspectos e impactos ambientales ocasionados por las diferentes actividades industriales y de servicios, gestión de residuos sólidos y peligrosos, fuentes de energía, ciclo de vida de productos y aplicación de tecnologías limpias, con la finalidad de contribuir al desarrollo industrial y socioeconómico de la sociedad en su conjunto y garantizar una calidad de vida digna para las generaciones presentes y futuras.

Herramientas de Programación con PHYTON

El presente curso brindará a los estudiantes una visión a un nivel básico e intermedio de conceptos relativos a Algoritmos y Estructuras de Datos utilizando el lenguaje Python. Se presentan temas de análisis de complejidad de algoritmos. Se explicará cómo las técnicas aprendidas serán particularmente útiles en la aplicabilidad de conceptos computacionales al interior de problemas relativos a sistemas de información en las organizaciones.

FACULTAD DE DERECHO

Arbitraje (186045)

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.

Derecho Ambiental y Responsabilidad Social (180097)

La gestión racional de recursos naturales se ha posicionado como un tema imperativo en la agenda global. Los esfuerzos en materia de crecimiento económico, promoción de las inversiones y desarrollo humano vienen siendo diseñados para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible antes del año 2030.

En esa medida, hoy resulta indispensable formar abogados con la habilidad de reconocer el impacto ambiental de las actividades económicas y formular recomendaciones que aseguren la sostenibilidad de los proyectos en que se ven involucrados.

El curso está orientado a generar en el alumno un entendimiento general de los principales contenidos y elementos que forman parte del Derecho Ambiental y los retos que enfrenta en la actualidad. A través de casos concretos, jurisprudencia y derecho comparado, el curso busca preparar a los futuros abogados a responder a los retos que se le presenten y que involucren la prevención y/o solución de problemas ambientales.

Economía Aplicada al Derecho (130340)

Economía Aplicada al Derecho es una asignatura orientada a proveer los fundamentos económicos y financieros requeridos para el análisis económico del derecho y su aplicación a aspectos como el derecho de la competencia, la regulación del mercado y el financiamiento de inversiones en el sistema bancario y el mercado de capitales. El curso está dividido en tres grandes temas. El primero está relacionado con el estudio de las estructuras de mercado y de diversas prácticas de negocio que las empresas desarrollan en el mercado. El segundo con el monopolio natural, su regulación y las licitaciones para concesiones. El tercero con los fundamentos económicos para el financiamiento de inversiones de las empresas con deuda y capital. El curso está centrado en el aprendizaje de los principios que, según la teoría económica y financiera, rigen el funcionamiento de los mercados. De este modo, el aprendizaje de los contenidos del curso está orientado a desarrollar en el alumno intuición y capacidad de abstracción para aplicar estos conceptos a situaciones concretas y cotidianas.

El curso incluye una hora de clases prácticas a la semana en las que se: a) desarrollan conceptos estadísticos básicos para la aplicación de la economía y las finanzas al análisis de los mercados y, b) analizan casos prácticos de competencia, regulación y valorización de activos financieros.

Derecho del Comercio Internacional (180096)

En este curso se desarrollarán los principales conceptos del comercio internacional a fin de comprender su dinámica actual, teniendo en cuenta su política de integración comercial. De esta manera, se analizará la normativa internacional del comercio y en particular del régimen legal multilateral (Organización Mundial del Comercio – OMC), así como la legislación interna para la regulación internacional del comercio en bienes, servicios y propiedad intelectual. Asimismo, se desarrollará la estructura legal de la OMC; y en este marco, los temas específicos para la regulación del comercio internacional.

El curso también incluirá los principales aspectos de los bloques de integración más relevantes para nuestro país, así como el estudio de los principales acuerdos comerciales suscritos por el Perú.

Competencia Económica en Mercados Digitales (Electivo – Profesor Andrés Calderón)

Es muy difícil encontrar a una persona en el mundo que no forme parte de los miles de millones de usuarios de GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft), y que no colabore con los más de 4 billones de dólares de valor de mercado combinado de estas empresas. Las cinco compañías de internet más grandes del mundo, sin embargo, vienen siendo objeto de investigaciones en diversos países precisamente por el uso y potencial abuso de su poder de mercado. Estos casos podrían alterar su modelo de negocio y los servicios que utilizamos en nuestra vida diaria.

El Seminario sobre Competencia en Mercados Digitales busca que los alumnos participen de una discusión ya existente a nivel mundial, a través del estudio y debate de los casos más recientes y emblemáticos que han iniciado las autoridades de competencia de diversos países contra las llamadas Big Tech.

Revisaremos demandas, contestaciones, sentencias y reportes de las agencias de competencia de la Unión Europea, EE.UU., Alemania, Francia, Australia y Chile, en mercados digitales como: motores de búsqueda, sistemas operativos móviles, app stores, mensajería instantánea, redes sociales, acceso a noticias, libros electrónicos, online marketplaces, y aplicaciones de shoppers.

Estas discusiones servirán también para aproximarnos a las propuestas de reforma de las normas de competencia económica que se vienen discutiendo actualmente en el Congreso Estadounidense y en la Comisión Europea, enfocados precisamente en los mercados digitales.

Este curso estará disponible para alumnos de las carreras de Derecho y Economía, quienes deben haber llevado los cursos de Derecho de la Competencia y Organización Industrial, respectivamente. Asimismo, se requiere que estudien, con antelación a las clases y con mirada crítica, los materiales de lectura, que en su gran mayoría estarán en inglés. En algunas sesiones se contará con la participación de profesores extranjeros invitados para enriquecer la conversación.

Diseño de Políticas Públicas (Electivo – Profesor Ronnie Farfán)

¿Cómo afrontar la crisis producida por el COVID-19? ¿Cómo introducir más competencia en un mercado? ¿Cómo mejorar los índices de comprensión lectora en los niños? ¿Cómo fomentar la inversión en asociaciones público-privadas? ¿Cómo combatir la anemia? ¿Cómo reducir la corrupción en la administración pública? ¿Cómo favorecer la igualdad de género? ¿Cómo frenar el cambio climático? ¿Qué necesita saber un abogado para proponer soluciones a estos problemas?

El curso tiene como finalidad dotar a los alumnos con las herramientas necesarias para diseñar políticas públicas efectivas. Desde una mirada integral, imprescindible para una tarea de esta naturaleza, se estudiarán todos los aspectos necesarios para el diseño e implementación de estrategias de intervención que solucionen problemas públicos: los

fundamentos filosóficos, económicos, políticos, sociales, psicológicos y jurídicos. Todos ellos necesarios para construir políticas públicas efectivas, basadas en evidencia, alejadas de dogmas y sustentadas en criterios técnicos y estratégicos.