

Maestría en Administración de Empresas – MBA

Dirección Estratégica

Evolution Thinking

Al finalizar el curso, el participante establece los elementos que permiten gestionar una organización desde la óptica de la evolución del pensamiento administrativo y define el impacto que el pensamiento administrativo a través de la generación de valor, la gestión del cambio, la visión crítica del entorno y la toma de decisiones estratégicas.

Dirección Estratégica

Al finalizar el curso, el participante conoce y aplica los conceptos claves para la toma de decisiones estratégicas. Además, desarrolla una forma de pensar para tomar decisiones estratégicas. También adquiere un conocimiento integral de los elementos claves para la planificación y ejecución de la estrategia de una empresa. Finalmente, fortalece sus habilidades en el pensamiento estratégico.

Estrategia Competitiva para Tiempos de Cambio

Al finalizar el curso el participante propone el desarrollo de estrategias teniendo en consideración las tendencias y elementos críticos que manifiestan momentos de cambio; el monitoreo de la competencia; y el análisis de todos los factores locales y globales que pueden impactar en el negocio.

Simulador *Business Management*

Al finalizar el Curso, el participante desarrolla habilidades para la toma de decisiones estratégicas a través de un Simulador de Negocio con especial énfasis en acciones de marketing y operaciones, en base a un enfoque orientado a la generación de resultados, conocimiento del mercado e integración entre las diferentes áreas funcionales y los procesos clave de una empresa.

Liderazgo Empresarial

Al finalizar el curso, el participante aplica herramientas, técnicas y estilos de liderazgo distintos para generar transformación en su entorno empresarial teniendo en cuenta la situación en la que se encuentra la organización y el equipo de trabajo.

Estrategia GO

Al finalizar el curso, el participante incorpora conceptos de estrategia propios del pensamiento oriental y del juego de Go, que se puedan aplicar en diversos campos de acción. Además, adquiere elementos de la cultura estratégica oriental, que ayuden a desenvolverse en diversos ámbitos de negociación. Finalmente, se familiariza con el aprendizaje del juego de Go, como herramienta para la ejercitación de las nociones de estrategia adquiridas.

Ética y Responsabilidad Corporativa

Al finalizar el curso, el participante genera lineamientos para desarrollar el hábito de la reflexión ética, por medio de la reflexión constante y el análisis exhaustivo de distintas situaciones controvertidas. Además, toma conciencia de la necesidad de mantener un comportamiento de constante reflexión ética tanto a nivel personal como organizacional.

Negociación Efectiva

Al finalizar el curso, el participante desarrolla competencias negociadoras para ser capaces de mantener en control los procesos de negociación y optimizar sus resultados en el ámbito personal y profesional.

“LEGO® Serious Play®”

Al finalizar el curso, participante reconoce la importancia de las habilidades blandas, a través de la Metodología Lego® Serious Play®, para replantear su rol diario, así como asumir nuevos retos y desafíos empresariales.

Marketing

Marketing Contemporáneo

Al finalizar el curso, el participante comprende las bases estratégicas para aplicar el marketing en un entorno cambiante, de saturación mediática, de aceleración dinámica en un mundo digital donde el poder y alcance del consumidor es determinante para el engagement con las marcas. Además, planifica, anticipa y responde a los movimientos futuros en el ámbito del Marketing mediante la elaboración de las bases estratégicas de acercamiento, comunicación y relación con el consumidor en línea con los objetivos de la empresa.

Business Intelligence

Al finalizar el curso, el participante podrá utilizar un conjunto de metodologías para transformar los datos en información, y la información en conocimiento, de forma que se pueda optimizar el proceso de toma de decisiones en los negocios; conocer las principales herramientas y métodos BI; formula el sistema de indicadores claves de gestión.

Simulador *Brand Maps*

Al finalizar el Curso, el participante desarrolla sus las habilidades para la toma de decisiones estratégicas y operativas, con especial énfasis en las decisiones de marketing estratégico y operativo, sus competencias de orientación estratégica, orientación hacia los resultados y conocimiento del mercado y comprende la interrelación entre las diferentes áreas funcionales y los procesos clave de marketing de una empresa.

Neuromarketing

Al finalizar el curso, el participante emplea los aportes de la neurociencia para identificar los patrones de consumo de las personas y conoce las razones fundamentales por lo que los consumidores comprarían o dejarían de comprar el producto o servicio que se les ofrece.

Marketing Estratégico

Al finalizar el curso, el participante evalúa cuán centrada en los clientes es la empresa en la que trabajan y provee métodos para emprender un proceso de cambio que acerque a la empresa a un modelo estratégico centrado en el cliente.

Innovación y Emprendimiento

Innovación y Design Thinking

Al finalizar el curso, el participante desarrolla la habilidad de generar nuevos modelos de negocio, productos o servicios basados en la metodología del Design Thinking en el marco de la filosofía empresarial "Lean" así como la gestión de la innovación como elemento clave en la competitividad de su compañía.

Business Model Canvas

Al finalizar el curso, el participante desarrolla la habilidad de generar nuevos modelos de negocio mediante la herramienta del lienzo de modelo de negocio (Business Model Canvas) y sus 9 categorías.

Startups y Emprendimiento

Al final del curso, el participante comprende el proceso de emprendimiento y de las oportunidades que presenta el ecosistema de emprendimiento en el Perú para así poder lanzar su propio Start-up.

Dirección del Talento Humano

Gestión del Talento

Al finalizar el curso, el participante gestiona los procesos de capital humano dirigidos a identificar, desarrollar, impulsar y retener el talento en la organización a través de una estrategia de intervención que genere valor a través del logro de los objetivos del negocio.

Transformación Estratégica de Organizaciones.

Al finalizar el curso, el participante lidera los procesos de transformación organizacional desde una perspectiva de cambio individual, de equipo y organizacional. Además, aplica modelos y herramientas que le permitan gestionar procesos de cambio en términos de estrategia, estructura, sistemas, geografía y por supuesto su impacto en las personas.

Tecnología y Operaciones

Nuevas Tecnologías en el Mundo Digital

Al finalizar el curso, el participante identifica e implementa los puntos claves en el proceso de digitalización de una empresa. Además, comprende algunos de los más importantes modelos y tecnologías disponibles para lograrlo y formará una visión holística de dicha transformación. También entiende los principales modelos de negocio, tendencias y tecnologías de la era digital. Finalmente, profundiza en las acciones del comercio electrónico, conociendo su situación en el Perú y sus proyecciones; así como los principales procesos tecnológicos y logísticos para implementarlo.

Dirección de Operaciones y *Supply Chain Management*

Al finalizar el curso, el participante programa y controla los procesos productivos, así como la logística de la empresa, el trabajo en equipo y la comunicación de resultados en forma efectiva y eficaz.

Gestión de Proyectos

Al finalizar el curso, el participante desarrolla la capacidad de conocer los sistemas y técnicas más reconocidas globalmente en gestión de proyectos a través de todas sus fases, interiorizando los conceptos fundamentales de la gestión de proyectos.

Finanzas, Contabilidad y Economía

Contabilidad para la Toma de Decisiones

Al finalizar el curso el participante comprende el lenguaje de los negocios, clasifica e interpreta la información financiera a través de los estados financieros. Además, conoce y pone en práctica las diferentes herramientas que provee la contabilidad; desde el punto de vista de usuario de la información, para permitirle tomar decisiones gerenciales que conlleven a generar valor en la organización.

Finanzas

Al finalizar el curso, se proporciona al participante conceptos, técnicas y herramientas esenciales que permiten mejorar la calidad de las decisiones en la evaluación de oportunidades de negocios.

Economía y Entorno Empresarial

Al finalizar el curso, el participante analiza las relaciones entre la demanda y oferta en los mercados, y analiza la información sobre los principales agregados económicos y los instrumentos de política económica, utilizando adecuadamente las principales herramientas de la teoría microeconómica y macroeconómica.

Evaluación de Proyectos de Inversión

Al finalizar el curso, el participante aplica un sólido proceso de evaluación de proyectos para que las decisiones sean tomadas con mejor información, evitando costos y aprovechar las mejores oportunidades de inversión.

Dirección Financiera

Al finalizar el curso, el participante comprende las operaciones financieras aplicadas en la implementación de estrategias para proteger las empresas y los inversionistas de los diferentes riesgos de mercado. Además, identifica los diferentes instrumentos derivados que se pueden utilizar para cubrirse de dichos riesgos. También analiza los financieros e interpreta índices y ratios financieros. Finalmente, analiza los procesos de fusiones, adquisiciones y casos de inversiones en mercados de capitales concretos y reales.

Metodología de la Investigación

Proyecto de Plan de Negocios

Al finalizar el curso, el participante desarrolla diversos temas vinculados a su Plan de Negocio, que servirán de base estructural para la elaboración de su Trabajo Aplicativo Final de Investigación, el cual lo conduzca a optar el grado académico de Maestro.

Plan de Negocios

Al finalizar el curso, el participante completa su plan de negocio cumpliendo con todas sus componentes y lineamientos de la institución.