



# XLV ESAN INTERNATIONAL WEEK

16 – 21 January 2023






Desde 1997, ESAN Graduate School of Business, organiza dos veces al año el International Week.

Durante este evento, organizado especialmente para los alumnos de las Maestrías de ESAN, recibimos a profesores de diferentes países del mundo, ansiosos de compartir sus conocimientos y experiencias con nuestros participantes, quienes aprenderán sobre temas de vanguardia relacionados a la gestión, desafíos globales y prácticas comerciales en el mundo.

Since 1997, ESAN Graduate School of Business has organized the International Week twice a year.

During this event, organized especially for ESAN Master's students, we received professors from different countries around the world, eager to share their knowledge and experiences with our participants, who will learn about cutting-edge issues related to management, global challenges, and commercial practices in the world.





Los cursos son dictados en idioma inglés y español, organizados por temas.

Courses are taught in English and Spanish, organized by topics.

ESTRATEGIA - STRATEGY

GESTIÓN - MANAGEMENT

INNOVACIÓN Y T.I. - INNOVATION & I.T.

NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO - BUSINESS & ENTREPRENEURSHIP

MARKETING

FINANZAS - FINANCE

DERECHO - LAW





## CONSIDERACIONES IMPORTANTES

- ✓ Los cupos son limitados por cada curso
- ✓ El porcentaje de inasistencias permitidas es de 20% como máximo
- ✓ El formato en esta edición será 100% presencial, solo tendremos 2 cursos en formato virtual sincrónico (para estos últimos cursos, es obligatorio encender las cámaras)

## IMPORTANT TO CONSIDER

- ✓ Places are limited for each course
  - ✓ Absences allowed 20% maximum
  - ✓ In this edition, courses will be 100% face to face, we will only have 2 courses in virtual live sessions (cameras on are required)
- 

# HORARIOS – SCHEDULES

## TRACK 1:

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs. Monday to Friday: 08:00 – 11:40 hrs. (20 minutes break at 09:40); Saturday: 08:00 – 09:40 hrs.					
ENERO / JANUARY					
Lun. / Mon. 16	Mar. / Tue. 17	Mié. / Wed. 18	Jue. / Thurs. 19	Vie. / Fri. 20	Sáb. / Sat. 21
S. 1 (08:00 - 09:40)	S. 3 (08:00 - 09:40)	S. 5 (08:00 - 09:40)	S. 7 (08:00 - 09:40)	S. 9 (08:00 - 09:40)	S. 11 (08:00 - 09:40)
S. 2 (10:00 - 11:40)	S. 4 (10:00 - 11:40)	S. 6 (10:00 - 11:40)	S. 8 (10:00 - 11:40)	S. 10 (10:00 - 11:40)	

## TRACK 2:

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs. Monday to Friday: 14:00 – 17:40 hrs. (20 minutes break at 15:40); Saturday: 10:00 – 11:40 hrs.					
ENERO / JANUARY					
Lun. / Mon. 16	Mar. / Tue. 17	Mié. / Wed. 18	Jue. / Thurs. 19	Vie. / Fri. 20	Sáb. / Sat. 21
S. 1 (14:00 - 15:40)	S. 3 (14:00 - 15:40)	S. 5 (14:00 - 15:40)	S. 7 (14:00 - 15:40)	S. 9 (14:00 - 15:40)	S. 11 (10:00 - 11:40)
S. 2 (16:00 - 17:40)	S. 4 (16:00 - 17:40)	S. 6 (16:00 - 17:40)	S. 8 (16:00 - 17:40)	S. 10 (16:00 - 17:40)	

## TRACK 3:

TRACK 3					
Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs. Monday to Friday: 19:00 – 22:40 hrs. (20 minutes break at 20:40); Saturday: 12:00 – 13:40 hrs.					
ENERO / JANUARY					
Lun. / Mon. 16	Mar. / Tue. 17	Mié. / Wed. 18	Jue. / Thurs. 19	Vie. / Fri. 20	Sáb. / Sat. 21
S. 1 (19:00 - 20:40)	S. 3 (19:00 - 20:40)	S. 5 (19:00 - 20:40)	S. 7 (19:00 - 20:40)	S. 9 (19:00 - 20:40)	S. 11 (12:00 - 13:40)
S. 2 (21:00 - 22:40)	S. 4 (21:00 - 22:40)	S. 6 (21:00 - 22:40)	S. 8 (21:00 - 22:40)	S. 10 (21:00 - 22:40)	

# CURSOS POR TEMA EN ESPAÑOL – CLASSES IN SPANISH

Track	Estrategia	Gestión y RRHH	Marketing	Innovación y T.I.	Negocios	Finanzas	Derecho
Track 1	Pensamiento estratégico y sistemas orientados a resultados  P. Arandia PRESENCIAL	Gerencia en tiempos de postpandemia  P. Varela PRESENCIAL	Marketing de Relaciones. Desarrollando vínculos comerciales mediante enganche emocional  P. Solano VIRTUAL	Innovación en modelos abiertos de negocios  P. Silva PRESENCIAL			
	Estrategias de comunicación con Stakeholders  P. Yepes PRESENCIAL		Distribución comercial  P. López-Quezada PRESENCIAL				
Track 2	Gestión estratégica de la sostenibilidad corporativa  P. Yepes PRESENCIAL	Inteligencia emocional  P. Pujol Cols PRESENCIAL	Big data aplicado al marketing  P. Perdignes PRESENCIAL	El futuro de la empresa. Estrategias digitales en la nueva organización empresarial  P. Hernández PRESENCIAL	Workshop: propuestas de negocios del mañana centradas en el cliente. Una perspectiva mundial  P. Martínez PRESENCIAL	Financiación empresarial  P. Camino PRESENCIAL	
	Estrategias de responsabilidad social y creación de valor  P. Arandia PRESENCIAL	Liderazgo: modelos y teorías  P. Contreras PRESENCIAL					
	Herramientas para la implementación de la estrategia  P. Silva PRESENCIAL	Gestión de las organizaciones  P. Varela PRESENCIAL	Distribución multicanal  P. López-Quezada PRESENCIAL	Implicancias morales y éticas de la gestión pública  P. Gallegos PRESENCIAL			
Track 3	Ejecución exitosa de la estrategia  P. Dávila VIRTUAL	Gestión de proyectos y RR. HH.  P. Maz PRESENCIAL	E-Mobile  P. Hernández PRESENCIAL	Metaverso, VR, DAOS, Blockchain e AI, tecnologías e innovaciones que impactan en el mundo de negocios. Modelos para el futuro en el sector B2B  P. Herrera PRESENCIAL	Estrategias Corporativas con Stakeholders  P. Merino PRESENCIAL	Curso internacional de derecho administrativo  P. Laplacette PRESENCIAL	
			Análisis del comportamiento del consumidor  P. Martínez PRESENCIAL				

# CURSOS POR TEMA EN INGLÉS – CLASSES IN ENGLISH

Track	Strategy	Management & HR	Marketing	Innovation & I.T.	Business & Entrepreneurship	Finance	Law
Track 1		<p>Leading in a time of global change</p> <p>P. Ensign PRESENCIAL</p>		<p>Assimilation of new technologies in the business environment</p> <p>P. Dick PRESENCIAL</p>	<p>Business models revitalization</p> <p>P. Montealegre PRESENCIAL</p>		
Track 2		<p>Using change to your advantage</p> <p>P. Ensign PRESENCIAL</p>		<p>Management of big data and analytics in the modern organization</p> <p>P. Dick PRESENCIAL</p>			
		<p>Implementing Organizational Transformation</p> <p>P. Hermans PRESENCIAL</p>		<p>Business intelligence for managers</p> <p>P. Montealegre</p>			
Track 3		<p>Realistic talent management</p> <p>P. Hermans PRESENCIAL</p>					

# ESTRATEGIA STRATEGY



Formato / Format	Track	Curso / Classes	Profesor / Professor	Idioma / Language
Presencial / Face to Face	1	Pensamiento estratégico y sistemas orientados a resultados	Osmar Arandia	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	1	Estrategias de comunicación con Stakeholders	Gustavo Yepes	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Gestión estratégica de la sostenibilidad corporativa	Gustavo Yepes	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Estrategias de responsabilidad social y creación de valor	Osmar Arandia	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Herramientas para la implementación de la estrategia	Luis Silva	Español / Spanish
Virtual	3	Ejecución exitosa de la estrategia	Anabella Dávila	Español / Spanish



# PENSAMIENTO ESTRATÉGICO Y SISTEMAS ORIENTADOS A RESULTADOS

La estrategia empresarial aparece como el centro del manejo empresarial en este siglo. En un mundo complejo en el que la velocidad del cambio, y el cambio mismo son un dato de la realidad, obliga a la adaptación inmediata de la empresa a los factores volátiles del entorno, hecho que se produce a través de la toma de las decisiones adecuadas. Los modelos de negocio se suceden sin solución de continuidad y obligan a la empresa a ser cada vez más ágiles y flexible.

Para que estos procesos se produzcan y brinden resultados eficaces, hace falta una correcta interpretación de los escenarios, una visión de largo plazo y un análisis de las capacidades y recursos externos precisos. Para ello es necesario el desarrollo de un sistema de planificación estratégica que se inserte dentro del denominado ciclo estratégico.

Se desarrollan cinco “unidades de aprendizaje”: 1. Fundamentos de la Estrategia y Modelo de Negocios, 2. Evaluación Interna y Externa de la Empresa, 3. Recursos y Capacidades, 4. Instrumentos de Análisis Estratégico, y 5. Implementación.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



Profesor:  
**Osmar Arandia, Ph.D.**

México



El Dr. Osmar Arandia es actualmente el director de posgrados en Desarrollo Organizacional y Gestión de Hospitales de la Universidad de Monterrey, anteriormente se desempeñó en los equipos de transformación digital de la misma casa de estudios, como director de posgrados en administración también en la escuela de negocios y como el director académico del departamento de administración y mercadotecnia de misma casa de estudios.

En dicha universidad imparte las clases de Sustentabilidad, Ética y Responsabilidad Social en los Negocios, Ventas, Transformación digital y Estrategia Empresarial todas ellas tanto en pregrado como en posgrado.

Programa a cargo del curso: **MBA**

# ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN CON STAKEHOLDERS

Con este curso se busca sensibilizar al estudiante sobre los desafíos de la sociedad contemporánea, en el marco de las nuevas tendencias de la administración, tales como la teoría de los Stakeholders y el desarrollo sostenible, entregándoles desde una perspectiva amplia los conceptos de cómo la empresa puede contribuir con los propósitos globales y las herramientas para buscar en ese proceso el cumplimiento de la misión institucional y los objetivos corporativos.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Gustavo Yepes, Ph.D.**

**Colombia**



Actualmente se desempeña como director de Iniciativas para el Desarrollo Sostenible de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia donde dirige el grupo de Investigación en Responsabilidad Social y Sostenibilidad.

Es Punto Focal en Colombia de la Iniciativa Principios de Educación Responsable en Gestión – PRME, del Pacto Global de las Naciones Unidas y Colaborador del Observatorio de RSC de España y hace parte del Consejo Directivo de la Fundación Bolívar Davivienda. Es Doctor en Ciencias Empresariales de la Universidad Antonio de Nebrija, Magister en Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia y Administrador de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana.

El profesor Yepes ha sido Ganador del premio de la Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa - RECLA en el 2013, de la Fundación Corresponsables en el 2014, y el Flourish Prize de la Universidad Case Western Reserve entre el 2017 al 2021, ha sido autor de varios libros, artículos e investigaciones sobre responsabilidad social y sostenibilidad, anticorrupción y suministro responsable. Tiene más de 20 años experiencia como docente

**Programa a cargo del curso: Maestría en Gestión de la Energía**



# GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA

Las reglas del juego han cambiado y más allá de aceptación y productividad, la competencia global exige a las organizaciones un claro compromiso con sus grupos de interés y el medio ambiente, haciendo evidente su contribución con la sostenibilidad del planeta.

Este curso ofrece a los alumnos los elementos conceptuales e instrumentales para incorporar en cualquier organización estándares internacionales de sostenibilidad corporativa, alineándolos a la estrategia del negocio.

Además, podrán hacer uso de una innovadora plataforma tecnológica llamada [www.3SC4L4.co](http://www.3SC4L4.co), la cual facilita la estructuración, diseño, monitoreo y gestión de las acciones necesarias para la incorporación de criterios internacionales de sostenibilidad corporativa.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

## TRACK 2

Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Gustavo Yepes, Ph.D.**

**Colombia**



Actualmente se desempeña como director de Iniciativas para el Desarrollo Sostenible de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia donde dirige el grupo de Investigación en Responsabilidad Social y Sostenibilidad.

Es Punto Focal en Colombia de la Iniciativa Principios de Educación Responsable en Gestión – PRME, del Pacto Global de las Naciones Unidas y Colaborador del Observatorio de RSC de España y hace parte del Consejo Directivo de la Fundación Bolívar Davivienda. Es Doctor en Ciencias Empresariales de la Universidad Antonio de Nebrija, Magister en Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia y Administrador de Empresas de la Pontificia Universidad Javeriana.

El profesor Yepes ha sido Ganador del premio de la Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa - RECLA en el 2013, de la Fundación Corresponsables en el 2014, y el Flourish Prize de la Universidad Case Western Reserve entre el 2017 al 2021, ha sido autor de varios libros, artículos e investigaciones sobre responsabilidad social y sostenibilidad, anticorrupción y suministro responsable. Tiene más de 20 años experiencia como docente

**Programa a cargo del curso: MBA**



# ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CREACIÓN DE VALOR

La estrategia de responsabilidad social empresarial y creación de valor aparece como el centro del discurso empresarial y social a partir de la segunda mitad del siglo XX y toma relevancia en este siglo.

En un mundo en crisis de sustentabilidad, y de recurrentes crisis sociales ocasionadas en parte por una inadecuada gestión de los impactos y los valores de la empresa, las empresas se ven obligadas a la adaptación inmediata de su modelo de negocio, a los factores sustentables y de valor compartido con la sociedad. Esto permite generar modelos de negocios inclusivos en donde los beneficios alcancen a los diferentes grupos de interés de la empresa.

Para que estos modelos de negocios sustentables produzcan y brinden resultados eficaces, hace falta una correcta interpretación de los escenarios y necesidades de los grupos de interés, una visión de cuidado con los impactos, y un análisis de las capacidades y recursos externos precisas. Para ello es necesario el desarrollo de un sistema de gestión sustentable desde una perspectiva estratégica que se inserte dentro del denominado ciclo estratégico, y que de valor a los diferentes grupos de interés con los que interactúa la empresa.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Osmar Arandia, Ph.D.**

México



El Dr. Osmar Arandia es actualmente el director de posgrados en Desarrollo Organizacional y Gestión de Hospitales de la Universidad de Monterrey, anteriormente se desempeñó en los equipos de transformación digital de la misma casa de estudios, como director de posgrados en administración también en la escuela de negocios y como el director académico del departamento de administración y mercadotecnia de misma casa de estudios.

En dicha universidad imparte las clases de Sustentabilidad, Ética y Responsabilidad Social en los Negocios, Ventas, Transformación digital y Estrategia Empresarial todas ellas tanto en pregrado como en posgrado.

Programa a cargo del curso: **MBA**



# HERRAMIENTAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

A través de discusión de casos y trabajo en grupos en formato taller, los participantes incorporarán conceptos y herramientas para una mejor implementación de la estrategia o modelo de negocios. Se reúnen en el curso aspectos de consistencia interna del modelo de negocios y muy especialmente aspectos de control estratégico, es decir, cómo lograr comportamientos alineados con la estrategia definida.

El curso toma una orientación integral de las trabas internas en el proceso de implementación de la estrategia, ofreciendo algunas respuestas a las siguientes preguntas: ¿todos en la organización saben lo que deben hacer? ¿todos quieren hacerlo? ¿todos pueden hacerlo?

Complementariamente se discuten los desafíos de transformación digital en el diseño e implantación de nuevos modelos de negocio: ¿qué elementos del diseño organizativo tienen más impacto en el éxito y fracaso de los procesos de transformación digital?

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

## TRACK 2

Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Luis Silva, Ph.D.**



Es Doctor en Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia (España), Máster in Business Administration de la University College of Dublin (Irlanda), e Ingeniero Industrial de la Universidad de la República (Uruguay).

Es el Coordinador Académico del MBA de la Universidad ORT Uruguay, y es docente universitario desde 1995. Ha dictado cursos y conferencias vinculadas a su especialidad en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, España, Francia, México, Perú, Reino Unido y Uruguay. Ha ganado becas académicas de la ANII, AECI, el PDT y la OEA. Su área de investigación se centra en diseño e implementación de estrategias a través de los mecanismos de control, con especial énfasis en el fenómeno de las relaciones interorganizativas.

Luego de una carrera gerencial de seis años en planificación estratégica y control de gestión, ha mantenido una constante e intensa actividad de consultoría, siendo hoy director de Xternum. Ha sido consultor de empresas, organizaciones públicas, y ONG's en Planificación Estratégica y Sistemas de Control de Gestión en Uruguay y en el exterior, realizando trabajos para organismos como el PNUD, UE, FOMIN y BID.

**Programa a cargo del curso: MBA**



# EJECUCIÓN EXITOSA DE LA ESTRATEGIA

Hasta las estrategias de negocio mejor sustentadas pueden fallar por no planear su ejecución. Sin embargo, los casos exitosos de ejecución de la estrategia incluyen objetivos ambiciosos (olvidémonos de los Smart), un sistema de evaluación del desempeño robusto y transparente (olvidémonos de los 360°), los recursos están en la zona de valor (olvidémonos de los agujeros negros en el presupuesto), y una reestructura organizacional enfocada a transformar el negocio de los clientes (olvidémonos de los controles internos).

El propósito del curso es ofrecer al estudiante un conjunto de herramientas y técnicas para ejecutar la estrategia de forma exitosa. La naturaleza de este curso es práctico basado en el análisis de desafíos organizaciones, discusión de casos de Harvard Business School, y mejores prácticas.

En este curso entenderemos lo que se necesita para preparar a nuestras empresas para el futuro porque es probable que para el 2030 obtengan la mayor parte de sus ingresos de servicios y productos que no existen en la actualidad.

Formato del curso: **VIRTUAL POR ZOOM**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

## TRACK 3

Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	



**Profesora:**  
**Anabella Dávila, Ph.D.**

**México**



Anabella Dávila (Ph.D. Universidad Estatal de Pensilvania) es profesora de Liderazgo y Estrategia y Miembro del Grupo de Investigación Estrategia y Gestión en Economías Emergentes.

Anteriormente, fue directora del Doctorado en Administración de Empresas y directora de Investigación en EGADE Business School Monterrey, Tecnológico de Monterrey, México. Ha coeditado varios libros, capítulos de investigación y artículos arbitrados en revistas académicas sobre cultura laboral y gestión de recursos humanos en América Latina.

Además de cultura y gestión de recursos humanos en organizaciones latinoamericanas, su interés de investigación actual incluye la ejecución de la estrategia, desarrollo humano y la sostenibilidad social.

**Programa a cargo del curso: MBA**



# GESTIÓN Y RR.HH. MANAGEMENT & H.R.



Formato /Format	Track	Cursos / Classes	Profesor / Professor	Idioma / Language
Presencial / Face to Face	1	Gerencia en tiempos de postpandemia	Otmar Varela	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	1	Leading in a time of global change	Tonya Ensign	Inglés / English
Presencial / Face to Face	2	Inteligencia emocional	Lucas Pujol Cols	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Using change to your advantage	Tonya Ensign	Inglés / English
Presencial / Face to Face	2	Implementing organizational transformation	Michel Hermans	Inglés / English
Presencial / Face to Face	2	Liderazgo: modelos y teorías	François Contreras	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Gestión de las organizaciones	Otmar Varela	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	3	Realistic talent management	Michel Hermans	Inglés / English
Presencial / Face to Face	3	Gestión de proyectos y RRHH	Samuel Maz	Español / Spanish



# GERENCIA EN TIEMPOS DE POSTPANDEMIA

La pandemia ha cambiado dramáticamente la forma como los empleados hacen su trabajo. Trabajo a distancia, horarios flexibles, y rotación de personal son algunos de los cambios que permanecerán constantes en el futuro cercano. Este curso examina como los gerentes deben cambiar su forma de liderazgo para ajustarse a la nueva realidad. Para ello, analizaremos las teorías que establecen los fundamentos de gerencia (e.g., enganche de empleados, motivación) así como resultados recientes de investigación asociados con la gerencia en tiempos de pandemia. Al final del curso los participantes serán capaces de discernir cambios en su estilo de liderazgo necesarios para potenciar el desempeño de empleados en tiempos de postpandemia.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Otmar Varela, Ph.D.**

Estados Unidos



Recibió su Ph.D. con especialidad en Conducta Organizacional en la Universidad de Tulane, New Orleans, EE.UU. Actualmente se desempeña como profesor de la cátedra de conducta organizacional y gestión del desempeño en la Universidad de Arkansas en Little Rock.

Sus áreas de investigación incluyen análisis del desempeño de individuos y grupos, desarrollo de destrezas gerenciales, y técnicas para avanzar competencias multiculturales. Los trabajos de investigación del Dr. Varela han sido publicados en prestigiosas revistas de investigación tales como Academy of Management Learning and Education, Group Dynamics, & Journal of Business and Psychology.

Programa a cargo del curso: **MBA**



# LEADING IN A TIME OF GLOBAL CHANGE

Literature and best practices related to the emerging roles of the leader as an agent of change are examined. Theories and models of change management are evaluated including organizational learning, organizational development, appreciative inquiry, sense-making and contingency approaches.

Also examined are forces for change, diagnosis for change, visioning, resistance to change, the recipients of change, and consolidating change.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Tonya Ensign, Ph.D.**

**Estados Unidos**



Dr. Tonya Ensign teaches in the PhD in Global Leadership program at Indiana Institute of Technology and brings over 20 years of hands on business and entrepreneurial experience as an investor and owner in over a dozen start up and growth stage companies. Her groundbreaking doctoral research was inspired by years of working with leaders and their teams as an executive coach and introduced a new framework to better understand transformational change. She holds undergraduate degrees in Finance and International Business, a master's degree in Organizational Management, a PhD in Global Leadership and Change, as well as three professional coaching certifications.

**Programa a cargo del curso: MBA**



# INTELIGENCIA EMOCIONAL

El término inteligencia emocional fue utilizado por primera vez en la década de los noventa a partir de la publicación del artículo seminal de Peter Salovey y John Mayer en el Journal “Imagination, Cognition and Personality” en 1990. No obstante, el mismo cobró mayor popularidad con la publicación del best seller “Emotional Intelligence”, escrito por el psicólogo Daniel Goleman en 1995. Desde entonces, la inteligencia emocional se ha convertido en un tema de gran atractivo en disciplinas como la Psicología y la Administración, como un intento de comprender no sólo los aspectos de la cognición humana sino también la forma en la que las personas gestionan y utilizan sus emociones para ser efectivos en su trabajo. Así, casi tres décadas de investigaciones han demostrado que la inteligencia emocional constituye un factor importante para predecir el desempeño organizacional, la generación de vínculos interpersonales positivos y el desarrollo de actitudes favorables en el trabajo. La presente oferta académica se enmarca en el contexto descrito en los párrafos precedentes: se desarrollan cinco unidades de aprendizaje: 1. El Enfoque de las Inteligencias Múltiples, 2. Fundamentos de la Inteligencia Emocional y Social, 3. Diagnóstico y Desarrollo de la Inteligencia Emocional y Social, 4. La Inteligencia Emocional y Social en el Contexto del Trabajo Emocional, y 5. Aplicaciones de la Inteligencia Emocional y Social a las Organizaciones.



**Profesor:**  
**Lucas Pujol Cols, Ph.D.**

**Argentina**



Doctor en Administración, Máster en Administración de Negocios (MBA), Especialista en Docencia Universitaria, Licenciado en Administración. Investigador de Postdoctorado en CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina). Profesor responsable de Métodos Cuantitativos Avanzados en el Doctorado en Ciencias Sociales de la FCEYS - UNMDP (Mar del Plata, Argentina). Profesor de Métodos Cuantitativos I y II en el Doctorado en Administración de la FCE - UNICEN (Tandil, Argentina). Profesor responsable de Metodología de la Investigación y del Taller de Tesis en la Maestría en Administración de Negocios (MBA) y en la Maestría en Gestión de la Empresa Agropecuaria y Agroindustrial de la FCEYS - UNMDP (Mar del Plata, Argentina). Investigador Asociado en la Universidad Católica del Maule (Curicó, Chile).

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: ESPAÑOL

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	

Programa a cargo del curso: **Maestría en Organización y Dirección de Personas**



# USING CHANGE TO YOUR ADVANTAGE

The increased pace of change has amplified the cognitive load of leaders. But what if you could harness the power of change and use it to work for you and your organization? The ability to effectively lead change is a powerful skill and can transform individuals and entire organizations. In this course, learn how to apply the top change models through real-world examples and case studies. You'll leave this course with the knowledge and practical tools necessary to navigate all types of individual and organizational change.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 2**



**Profesor:**  
**Tonya Ensign, Ph.D.**

Estados Unidos



Dr. Tonya Ensign teaches in the PhD in Global Leadership program at Indiana Institute of Technology and brings over 20 years of hands on business and entrepreneurial experience as an investor and owner in over a dozen start up and growth stage companies. Her groundbreaking doctoral research was inspired by years of working with leaders and their teams as an executive coach and introduced a new framework to better understand transformational change. She holds undergraduate degrees in Finance and International Business, a master's degree in Organizational Management, a PhD in Global Leadership and Change, as well as three professional coaching certifications.

Programa a cargo del curso: **MBA**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



# IMPLEMENTING ORGANIZATIONAL TRANSFORMATION

Organizational reinvention has become a strategic imperative. Whether developing agile processes, creating regional structures, rightsizing, upskilling, or doing all at the same time, business leaders need to rethink how their organizations function. Notwithstanding the plethora of how-to guides, a persisting challenge refers to the implementation of changes. Researchers generally find that less than 20% of organizational change efforts meet expectations. In this class, we will build on the knowledge students have developed during their MBA program to develop the insights and skills necessary to overcome implementation issues. The course integrates dynamics at the individual, group, and organizational levels of analysis. We will draw on key aspects in organizational behavior, including motivation, perceptions and attributions, group dynamics, communication, decision-making, leadership, power and politics, conflict management, organizational culture and structure.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 2**

## TRACK 2

Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Michel Hermans, Ph.D.**

**Países Bajos**



Michel Hermans is an Assistant Professor at IAE Business School – Austral University in Argentina. A native of the Netherlands, he obtained his Bachelor and Master of Science degrees in Business Administration at the Rotterdam School of Management, Erasmus University. Awarded a Fulbright scholarship, Michel completed his doctoral studies (PhD) in Industrial and Labor Relations at Cornell University in the United States. His research projects focus on Strategic Human Resource Management, the use of HRM practices to build organizational capabilities, and the role HRM in organizational change trajectories. His work has been published in the Journal of International Business Studies, Journal of Business Research, Multinational Business Review, Research in Personnel and Human Resource Management, Academy of Management Conference Proceedings, and the Harvard Business Review (Latin American edition). Also, he has authored several book chapters on human resource management in Latin America.

Programa a cargo del curso: **MBA**



# LIDERAZGO: MODELO Y TEORÍAS

La asignatura pertenece al área académica de Administración, y es de naturaleza teórico-práctica, y tiene el propósito de desarrollar habilidades de liderazgo más ajustadas a las características del entorno actual a partir del conocimiento que proveen las distintas escuelas y aproximaciones teóricas que han abordado el concepto. El curso aborda las terminologías, conceptos, habilidades, actitudes y tendencias actuales que son esenciales para desarrollar un liderazgo efectivo que favorezca no solo el desarrollo personal de los estudiantes sino el logro de resultados en su ejercicio profesional.

Se desarrollan tres “unidades de aprendizaje”: 1. El Liderazgo. Conceptualización y Desarrollo, 2. Modelos y Tendencias de Liderazgo, y 3. Liderazgo Global para el Siglo XXI. Liderazgo y Cultura, Liderazgo de Equipos de Alto Desempeño.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



Profesor:  
**François Contreras,**  
Ph.D.

Colombia



Psicóloga, Ph.D en Psicología, Universidad Autónoma de Madrid (España), Post-Doc. Universidad de Leipzig (Alemania), Magíster en Evaluación de la Educación y Especialización en Docencia Universitaria de la Universidad Santo Tomas (Colombia). Profesora Titular de la Universidad del Rosario, Bogotá-Colombia, desde 2008. Profesora de los cursos de Liderazgo y comportamiento organizacional en pregrado, posgrado y doctorado. Profesora de seminario de investigación en pregrado, maestría y doctorado. Profesora invitada en varias universidades y autora de diversos artículos, libros y ponencias presentadas en temas de liderazgo y comportamiento organizacional. Profesora investigadora senior de Minciencias.

Programa a cargo del curso: **Maestría en Organización y Dirección de Personas**



# GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

En este curso revisaremos, desde un punto de vista práctico, las destrezas críticas necesarias para gestionar organizaciones. Con el fin de contextualizar estas destrezas, el curso inicia con una revisión de estructuras organizacionales. El objetivo de esta revisión es discutir como la evolución de estructuras y tendencias gerenciales ha impactado las destrezas necesarias para liderar organizaciones contemporáneas. El curso recurre a una variedad de actividades académicas y vivenciales que permitan expandir el entendimiento de destrezas de liderazgo y poder evaluar, de forma cuantitativa, las fortalezas y debilidades de los participantes con relación

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Otmar Varela, Ph.D.**

**Estados Unidos**



Recibió su Ph.D. con especialidad en Conducta Organizacional en la Universidad de Tulane, New Orleans, EE.UU. Actualmente se desempeña como profesor de la cátedra de conducta organizacional y gestión del desempeño en la Universidad de Arkansas en Little Rock.

Sus áreas de investigación incluyen análisis del desempeño de individuos y grupos, desarrollo de destrezas gerenciales, y técnicas para avanzar competencias multiculturales. Los trabajos de investigación del Dr. Varela han sido publicados en prestigiosas revistas de investigación tales como Academy of Management Learning and Education, Group Dynamics, & Journal of Business and Psychology.

**Programa a cargo del curso: Maestría en Gestión de la Energía**



# REALISTIC TALENT MANAGEMENT

Managers have been looking for better ways of working for quite some time now. Considering the large number of books on leadership and studies focused on leveraging human potential, we know how to manage talent. At the same time, the number of people suffering from work-related stress, and phenomena such as 'the big resignation' or 'silent quitting', suggest that there is still a long way to go. In this course we will address the knowing-doing gap of talent management by focusing on the day-to-day interactions of talent management. We will build on the tough conversations and the rough moments to deliver on well-intentioned policies by implementing concrete actions.



**Profesor:**  
**Michel Hermans, Ph.D.**

**Países Bajos**

Michel Hermans is an Assistant Professor at IAE Business School – Austral University in Argentina. A native of the Netherlands, he obtained his Bachelor and Master of Science degrees in Business Administration at the Rotterdam School of Management, Erasmus University. Awarded a Fulbright scholarship, Michel completed his doctoral studies (PhD) in Industrial and Labor Relations at Cornell University in the United States. His research projects focus on Strategic Human Resource Management, the use of HRM practices to build organizational capabilities, and the role HRM in organizational change trajectories. His work has been published in the Journal of International Business Studies, Journal of Business Research, Multinational Business Review, Research in Personnel and Human Resource Management, Academy of Management Conference Proceedings, and the Harvard Business Review (Latin American edition). Also, he has authored several book chapters on human resource management in Latin America.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 3**

TRACK 3					
Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	

Programa a cargo del curso: **MBA**



# GESTIÓN DE PROYECTOS Y RR.HH.

La asignatura pertenece al área académica de Administración, es de carácter obligatorio, de naturaleza teórico-práctica, y tiene el propósito de desarrollar proyectos alineados con la estrategia de las corporaciones. Es de vital importancia contar con profesionales de altas competencias y con conocimientos en lo relacionado con la gestión de proyectos, que les permita asegurar en un alto grado el éxito de estos. Con una adecuada planeación, ejecución, seguimiento y control y cierre de los proyectos y evaluando permanentemente los diferentes ejes expuestos en el PMI como: Integración, alcance, tiempo, costo, calidad, recurso humano, adquisiciones, comunicaciones, riesgos e interesados. Adicionalmente, existen otros componentes importantes para el éxito de los proyectos, en donde a través del desarrollo de ciertas competencias como: liderazgo, negociación, motivación, coaching, toma de decisiones, etc., los gerentes de proyectos apalancan la ejecución y éxito de los resultados.

La gerencia de proyectos apalanca la costo - eficiencia en las organizaciones, siendo de vital importancia en tiempos de crisis y en especial por la situación mundial causada por el Covid, la cual ha generado que no solo nos preparemos para adelantar proyectos con situación de incertidumbre, sino que también avancemos en la búsqueda permanente de mejorar nuestras habilidades de gestión. Se desarrolla una “unidad de aprendizaje”:

1. Gestión de proyectos integral.



**Profesor:**  
**Samuel Maz, MBA**

**Colombia**



Ingeniero de Sistemas, especialista en Gerencia Integral de Proyectos y MBA Otros Estudios.

Actualmente Director de la PMO del área de tecnología en Colsubsidio. Docente, director de trabajos de grado y jurado de tesis de la Universidad el Bosque y Universidad Externado de Colombia para los programas de Maestría en Gestión Humana y Desarrollo Organizacional, Maestría en Gerencia de la Transformación Digital y Analítica de Negocios y Maestría en Gerencia Estratégica de Tecnologías de Información.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

TRACK 3					
Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	

Programa a cargo del curso: **Maestría en Organización y Dirección de Personas**

# MARKETING



Formato / Format	Track	Curso / Classes	Profesor / Professor	Idioma / Language
Virtual	1	Marketing de relaciones. Desarrollando vínculos comerciales mediante enganche emocional	Roberto Solano	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	1	Distribución comercial	Agustín López- Quezada	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	1	Marketing político y manejo de medios	Gonzalo Sarasqueta	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	BIG DATA aplicado al marketing	Ana Belén Perdigones	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Distribución multicanal	Agustín López- Quezada	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	3	E-Mobile	Jesús Hernández	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	3	Análisis del comportamiento del consumidor	Miriam Martínez	Español / Spanish

# MARKETING DE RELACIONES. DESARROLLANDO VÍNCULOS COMERCIALES MEDIANTE ENGANCHE EMOCIONAL

Cada vez se hace más evidente la estrategia de retener clientes, además de la tradicional de atraer nuevos clientes. De acuerdo con numerosos estudios se ha comprobado que la inversión por ir por nuevos clientes es mayor a la de mantener a los clientes actuales.

Las empresas deben aplicar las técnicas del marketing de relaciones para identificar los clientes más atractivos y lucrativos para la empresa. La regla de Pareto se aplica en estos casos, el 20 % de los clientes aportan el 80 % de los ingresos de la empresa. Si bien se debe tratar de conservar a todos los clientes, este 20 % debe convertirse en una meta fundamental para la empresa.

En este curso se analizará el modelo de las 6 R's del negocio, propuesto por Fernández, así como conceptos de Ecología Emocional que completen y refuercen las técnicas del Marketing de Relaciones para desarrollar programas de lealtad con base en vínculos emocionales con el cliente.

La empresa debe hacer todo lo posible para que el cliente invierta emocionalmente en la empresa (conversando, participando en eventos de la empresa, etc.), cuando lo logre, asegurará que el cliente permanezca más tiempo en la empresa, sea más rentable y se vuelva un embajador de la misma.

Formato del curso: **VIRTUAL POR ZOOM**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Roberto Solano, Ph.D.**

México



Doctor en Mercadotecnia por la Universidad de Texas A&M, con un MBA y grado de Ingeniero Químico Administrador por el Tecnológico de Monterrey. Ha trabajado desde 1985 en la Universidad de las Américas, Puebla, donde fue decano de la Escuela de Negocios y Economía por más de 12 años y director de UDLAP Consultores.

Ha participado en conferencias plenarias en Argentina, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Uruguay, Perú, Brasil, Venezuela, Ecuador y México. Past-presidente del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración (CLADEA) para el periodo 2014-2015. Es miembro del consejo consultivo del Centro de Estudios Internacionales de la escuela de negocios de Texas A&M University y presidente del Patronato de la Fundación Comunitaria Puebla.

Programa a cargo del curso: **MBA**

# DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

La Distribución Comercial es el punto de unión entre la producción y el consumo de productos y servicios, siendo su papel en el mercado la entrega de productos a los consumidores para su uso, utilización o destrucción. El carácter de esta asignatura, desde una óptica empresarial, es totalmente estratégica, ya que una errónea decisión en el diseño del canal de distribución puede hacer fracasar cualquier producto o servicio. La decisión de la empresa por un canal o varios (multicanalidad) debe tener un fundamento y desarrollar una técnica para su éxito. La distribución comercial analiza, desarrolla y cuantifica todos los factores a tener en cuenta para una correcta toma de decisiones.

Objetivo: Analizar la clientela de las empresas para aplicar las técnicas de marketing más adecuadas ante las características de los mercados, conocer las características generales de la distribución comercial en los distintos sectores y mercados para aplicar a los mismos, las técnicas más adecuadas, desarrollar estrategias de distribución comercial acorde a sus clientes y productos.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Agustín López-Quezada, Ph.D.**

**España**



Doctor en Economía de la Empresa y Finanzas por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Máster en Dirección de Comercio Internacional por ESIC y MBA. Co-fundador y director de Retail-Institute y Ceo en la compañía Next Gate Consulting, también desarrolla una actividad docente desde hace 25 años tanto en España como en el extranjero. Soy profesor miembro del comité de expertos de marketing y estrategia en ESIC Business&Marketing School y profesor y tutor de proyectos de internacionalización en ICEX-CECO Universidad Menéndez Pelayo de Madrid. He desarrollado mi carrera profesional en distintas empresas en España y en el extranjero, siempre en puestos de máxima responsabilidad en estrategia de dirección general y en el área de marketing y comercial con la máxima especialización en distribución comercial y retail.

**Programa a cargo del curso: Maestría en Supply Chain Management**

# MARKETING POLÍTICO Y MANEJO DE MEDIOS

Con un enfoque práctico, permitirá al participante conocer y saber aplicar el funcionamiento de la opinión pública en materia de actitudes y comportamiento político y el papel que juegan los medios de comunicación en su configuración. Se darán las claves tanto de la comunicación desde el gobierno como durante las campañas electorales. Además, se otorgarán herramientas para conocer cómo sacar el mejor provecho de las relaciones y encuentros con los medios de comunicación, incluyendo en situaciones de crisis. Asimismo, se darán recomendaciones sobre oratoria y retórica y algunos consejos para hablar en público y redactar discursos.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Gonzalo Sarasqueta**

**Argentina**



Doctorando en Ciencia Política en la Universidad en la Complutense de Madrid. Máster en Análisis Político en Facultad de Ciencias Políticas de Universidad Complutense de Madrid (España). Máster en Periodismo de la Universidad de Barcelona. Máster en Periodismo de Columbia University. Licenciado en periodismo y comunicación social, Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de La Plata. Director académico y profesor del Posgrado virtual en Comunicación Política e Institucional de la Pontificia Universidad Católica Argentina. Director de Agencia Borgen.

Programa a cargo del curso: **Maestría en Gestión Pública**

# BIG DATA APLICADO AL MARKETING

Conocer y desarrollar aplicaciones prácticas en el Big Data, Business analytics y nuevas tecnologías. Primero se sentarán las bases sobre las diferencias entre Big Data y Business Analytics, principales técnicas utilizadas en cada caso. En la segunda parte del curso, se trabajarán los procesos de toma de decisiones y aplicaciones de teoría de juegos para la toma de decisiones. Seguirán por la aplicación en casos de empresa, y el debate sobre la ética en IA y el uso de los datos. En la tercera y última parte del curso, se trabajarán casos con técnicas analíticas como es análisis factorial y regresión lineal para la toma de decisiones en la empresa.

\*No se trabajará ni programación ni código, serán casos de aplicación básicos para conocer el alcance de la analítica de los negocios.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Ana Belén Perdigones,**  
**Ph.D.(c)**

**España**



Ana Belén Perdigones, es Fellow por la Higher Education Academy (FHEA - UK), Máster en Marketing Science por ESIC Business & Marketing School, España. Magíster en Marketing por ESAN Business School, Perú. Licenciada en Dirección y Administración de Empresas por UCA, España. Actualmente es PhD(c) en Economía de la Empresa, por la Universidad Autónoma de Madrid.

Experta en Marketing, se ha especializado en Behavioral Economics. Estratega en campañas promocionales y trademarketing de consumo masivo en mercados emergentes. Asesora en Marketing y Comercial para Corporativo y Pymes. Ha asesorado a grandes marcas por más de 10 años y desarrollado sus campañas promocionales tanto en canal tradicional como moderno. Desarrollo de campañas de retail basadas en perfil de consumidor con marcas como Coca-Cola, Nestlé, BBVA, Telefónica, Movistar, Alicorp, entre otras muchas.

Actualmente es profesora y Directora del Máster en Big Data y Business Analytics de ESIC Business & Marketing School y Directora del Máster en Dirección de Marketing Deportivo. Investigadora en temas de innovación y consumo.

**Programa a cargo del curso: MBA**

# DISTRIBUCIÓN MULTICANAL

**Descripción:** La decisión de la empresa por la multicanalidad debe tener un fundamento y desarrollar una buena técnica para su éxito. El consumidor cada vez más exigente y conectado hace que la estrategia de distribución sea más abierta a una diversidad de formas de compra, multicanalidad y omnicanalidad es la respuesta a las nuevas necesidades. La distribución multicanal es una realidad en la empresa y debe desarrollarse hacia la mejor experiencia

**Objetivo:** Analizar los canales de distribución más adecuados para un cliente cada vez más exigente, conocer las tipologías de los distintos canales para aplicar a los mismos, las técnicas más adecuadas de resolución de conflictos, desarrollar herramientas de gestión multicanal acorde a las necesidades de sus clientes y productos y construir un plan estratégico multicanal y valorar el potencial de cada uno para la toma de decisiones.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Agustín López-Quezada, Ph.D.**

**España**



Doctor en Economía de la Empresa y Finanzas por la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Máster en Dirección de Comercio Internacional por ESIC y MBA. Co-fundador y director de Retail-Institute y Ceo en la compañía Next Gate Consulting, también desarrolla una actividad docente desde hace 25 años tanto en España como en el extranjero. Soy profesor miembro del comité de expertos de marketing y estrategia en ESIC Business&Marketing School y profesor y tutor de proyectos de internacionalización en ICEX-CECO Universidad Menéndez Pelayo de Madrid. He desarrollado mi carrera profesional en distintas empresas en España y en el extranjero, siempre en puestos de máxima responsabilidad en estrategia de dirección general y en el área de marketing y comercial con la máxima especialización en distribución comercial y retail.

**Programa a cargo del curso: Maestría en Supply Chain Management**

# E-MOBILE

La asignatura introducirá al alumno en la teoría y la práctica de las últimas novedades en investigación docente y empresarial del área novedosa del marketing móvil, Mobile marketing, incluida dentro del área de conocimiento de la familia del marketing digital.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

TRACK 3					
Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	



**Profesor:**  
**Jesús Hernández, Ph.D.**

**España**



Jesús Hernández (PhD) es Doctor en Economía de la Empresa, Máster MBA, Licenciado en ADE, Marketing y piloto comercial. En la actualidad estudia un posdoctorado en Ciencias del Futuro en la Universidad de Houston. Jesús es estratega, prospectivista y experto en transformación digital innovación y tendencias y uno de los referentes mundiales en movilidad digital. Es asesor en comisión de UN sobre futuros, asesor de la asamblea del Ecuador, CEO de A04Media y NeomarketingLab LATAM. Consultor, profesor y conferenciante internacional especializado principalmente en asesoría estrategia política y de campaña, banca y finanzas, educación e industria.

Ha trabajado en empresas como Indra, la alemana YOC AG en Berlín, o en la estadounidense SmartForce en su sede europea de Dublín, y en proyectos para empresas y marcas como Nike, Disney, Electronic Arts, Mars, PostBank, Iberia, Banco del Pacífico, Samsung, McDonald's, Banco Financiero, Banco Santander, etc. y participado en estrategias avanzadas políticas y electorales como por ejemplo para la CDU de Angela Merkel en Alemania, las elecciones a la asamblea en el Ecuador en el 2021.

**Programa a cargo del curso: Maestría en Marketing**

# ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

La asignatura pertenece al área académica de marketing, es de carácter obligatoria, de naturaleza teórico-práctica, y tiene como propósito aportar una visión diferente del consumidor. Se analiza al consumidor como individuo único y particular para identificar los patrones del consumidor que son comunes a nivel mundial y regional, haciendo especial atención a los cambios provocados por la pandemia actual. Hoy en día es inconcebible hablar de estrategia empresarial sin hablar del consumidor. Por esta razón, la planificación estratégica coloca al consumidor como el eje central de la gestión empresarial. El consumidor se ha vuelto la base de toda estrategia empresarial. Sin embargo, la pandemia ha puesto en jaque mate toda la información pasada. Son tiempos de cambios.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

TRACK 3					
Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	



**Profesor:**  
**Miriam Martínez, Ph.D.**

**España**



Myriam Martínez Fiestas, Ph.D. Profesora titular de Universidad (Universidad de Granada, España). Adscrita al departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Doctora internacional en Ciencias Económicas y Empresariales con mención en Marketing, y mención de calidad por la Universidad de Granada (España). Magister en Marketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad de Granada (España). Máster Executive en Derecho Empresarial del Centro de Estudios Garrigues (España) en colaboración con la Universidad de Harvard. Licenciada en Derecho y en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Granada (España). Profesora e investigadora de la Universidad de Granada y profesora visitante de la Universidad ESAN (Perú), Université Jean Moulin (Lyon, Francia), Universidad San Francisco de Quito (Ecuador), Universidad de Chile (Chile) y Universidad Centroamericana (Nicaragua).

**Programa a cargo del curso: Maestría en Marketing**

# INNOVACIÓN Y T.I. INNOVATION & I.T.



Formato / Format	Track	Curso / Classes	Profesor / Professor	Idioma / Language
Presencial / Face to Face	1	Innovación en modelos abiertos de negocios	Luis Silva	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	1	Transformación digital y tecnologías emergentes	Guillermo Rodríguez	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	1	Assimilation of new technologies in the business environment	Geoffrey Dick	Inglés / English
Presencial / Face to Face	2	El futuro de la empresa. Estrategias digitales en la nueva organización empresarial	Jesús Hernández	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Aspectos culturales de las tecnologías de información	Guillermo Rodríguez	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Management of BIG DATA and Analytics in the modern organizations	Geoffrey Dick	Inglés / English
Presencial / Face to Face	2	Business intelligence for managers	Ramiro Montealegre	Inglés / English
Presencial / Face to Face	3	Metaverso, VR, DAOS, Blockchain e AI, tecnologías e innovaciones que impactan en el mundo de negocios. Modelos para el futuro en el sector B2B	Boris Herrera	Español / Spanish



# INNOVACIÓN EN MODELOS ABIERTOS DE NEGOCIO

Los participantes serán capaces de impulsar y participar activamente en procesos de rediseño e innovación en modelos de negocios basados en el cambio de paradigma de modelos cerrados a abiertos. El éxito de empresas establecidas y nuevos emprendimientos se explica, en muchos casos, por una mirada distinta del modelo de negocio más que por una innovación tecnológica disruptiva. Estos modelos se diseñan rompiendo con paradigmas sobre los límites clásicos de una “empresa del sector”. Trabajamos con una metodología participativa, tanto en discusión de ejemplos y casos como en el taller de innovación basado en design thinking. Los participantes, en grupos, deberán aplicar los conceptos a una situación real de sus organizaciones como trabajo final.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Luis Silva, Ph.D.**



Es Doctor en Dirección de Empresas de la Universidad de Valencia (España), Máster in Business Administration de la University College of Dublin (Irlanda), e Ingeniero Industrial de la Universidad de la República (Uruguay).

Es el Coordinador Académico del MBA de la Universidad ORT Uruguay, y es docente universitario desde 1995. Ha dictado cursos y conferencias vinculadas a su especialidad en Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, España, Francia, México, Perú, Reino Unido y Uruguay. Ha ganado becas académicas de la ANII, AECI, el PDT y la OEA. Su área de investigación se centra en diseño e implementación de estrategias a través de los mecanismos de control, con especial énfasis en el fenómeno de las relaciones interorganizativas.

Luego de una carrera gerencial de seis años en planificación estratégica y control de gestión, ha mantenido una constante e intensa actividad de consultoría, siendo hoy Director de Xternum. Ha sido consultor de empresas, organizaciones públicas, y ONG's en Planificación Estratégica y Sistemas de Control de Gestión en Uruguay y en el exterior, realizando trabajos para organismos como el PNUD, UE, FOMIN y BID.

**Programa a cargo del curso: MBA**



# TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y TECNOLOGÍAS EMERGENTES

En este curso se analizan los cambios en los negocios impulsados por las tecnologías emergentes, con el fin de entender la transformación digital. Se analizan los antecedentes desde la inyección de las tecnologías de información en el ambiente organizacional y se utiliza un modelo propio de diagnóstico y consultoría para medir el nivel de madurez transformación digital en las organizaciones de los participantes, así como recomendaciones para elevarlo. Finalmente, se analizan las tendencias e implicaciones en el corto y mediano plazo.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Guillermo Rodríguez, Ph.D.**

**México**



Ingeniero bioquímico y maestro en Sistemas de Información por el Tecnológico de Monterrey, así como maestro y doctor en Administración de Empresas con especialidad en Sistemas de Información por la Universidad de Texas en Arlington. Posee más de 30 años de experiencia en instituciones educativas en México y Estados Unidos. Tiene numerosas publicaciones en revistas y congresos y es participante activo en diferentes asociaciones. Es profesor de Informática y Director de Innovación y Desarrollo Tecnológico, en la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

Programa a cargo del curso: **MBA**



# ASSIMILATION OF NEW TECHNOLOGIES IN THE BUSINESS ENVIRONMENT

The course will enable students to identify the key factors associated with the adoption of new or emerging technologies. The course will be practically based with theoretical undertones. Many emerging or disruptive technologies will be considered as to their impact and usefulness however, the focus of the course will be on the management issues associated with their introduction. Students will be able to assess their organization's readiness for the adoption of new technologies, taking into account The technology.

- Fit to the organization.
- The degree of change required.
- The resources needed.
- Costs and benefits.
- Sourcing.
- The role of management.

Technological change will also be reviewed from a macro level looking at state support or impediments put in place or possible.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Professor:**  
**Geoffrey Dick, Ph.D.**

**Australia**



Dr. Geoffrey Dick was first appointed full Professor of Information Systems at Dowling College NY in 2009, and has subsequently taught at Georgia Southern, George Washington University and Northern Arizona. Prior to coming to the US he had some 20 years' experience in academia in Australia following a career in the public sector there. His PhD in Information Systems is from the University of New South Wales in Sydney. Geoff has been a screening editor for the Journal of Information and Management. He is an ABET Commissioner with expertise in Information Systems programs and has chaired several visits for the accreditation body the NCAAA in Saudi Arabia. He has been a long-term co-chair of the Education track at AMCIS and is a doctoral consortium co-chair for AMCIS 2019. His research (around 100 publications) is mainly in the areas of telecommuting (his PhD) and on-line education – he is the recipient of the ICIS prize for best paper in education and was awarded the 2009 Emerald Management Review Citation of Excellence for one of the best papers published worldwide in the top 400 business journals. He has been a visiting fellow at UC Davis, the University of Malaya, the Tec de Monterrey in Mexico, University of Agder in Norway and has taught in the prestigious programs of the ESAN Summer School in Lima, Peru, the CETYS International Summer Program in Ensenada and at ITAM in Mexico City

**Programa a cargo del curso: MBA**



# EL FUTURO DE LA EMPRESA. ESTRATEGIAS DIGITALES EN LA NUEVA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

Aprovechando los ejes de transformación digital que se están visualizando en todos los mercados mundiales, las empresas están aprendiendo o intentando competir en entornos disruptivos de gran incertidumbre y en los que redefinir el papel de la empresa y la constante búsqueda de modelos de estrategias digitales (así como proyectos de digitalización y redimensionamiento del negocio) para adaptarse al futuro.

Los canales digitales presentan enormes oportunidades, pero también amenazas competitivas que aparecen para empresas. Ambos parámetros obligan a a un proceso de adaptación y convergencia progresivo, dentro del cual las empresas deberán transformarse en en negocios digitales e inteligentes con nuevos canales de distribución se funden con una nueva forma de estructurar los servicios y productos globales de cara a la interacción con un nuevo consumo y forma de consumir.

Sin embargo, el proceso transformación digital, de convergencia y de integración exige un diagnóstico previo a través de una metodología lógica que conduzca al mejor modelo para cada una de las empresas intervinientes.



**Profesor:**  
**Jesús Hernández, Ph.D.**

España



Jesús Hernández (PhD) es Doctor en Economía de la Empresa, Máster MBA, Licenciado en ADE, Marketing y piloto comercial. En la actualidad estudia un posdoctorado en Ciencias del Futuro en la Universidad de Houston. Jesús es estratega, prospectivista y experto en transformación digital innovación y tendencias y uno de los referentes mundiales en movilidad digital. Es asesor en comisión de UN sobre futuros, asesor de la asamblea del Ecuador, CEO de A04Media y NeomarketingLab LATAM. Consultor, profesor y conferenciante internacional especializado principalmente en asesoría estrategia política y de campaña, banca y finanzas, educación e industria.

Ha trabajado en empresas como Indra, la alemana YOC AG en Berlín, o en la estadounidense SmartForce en su sede europea de Dublín, y en proyectos para empresas y marcas como Nike, Disney, Electronic Arts, Mars, PostBank, Iberia, Banco del Pacífico, Samsung, McDonald's, Banco Financiero, Banco Santander, etc. y participado en estrategias avanzadas políticas y electorales como por ejemplo para la CDU de Angela Merkel en Alemania, las elecciones a la asamblea en el Ecuador en el 2021.

**Programa a cargo del curso: MBA**

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



# ASPECTOS CULTURALES DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN

En este curso se aborda la adopción y uso de las tecnologías de la información desde el punto de vista del impacto que tienen los aspectos culturales en su diseño, apropiación y aplicación para facilitar la competitividad de las organizaciones. Se identifican los aspectos culturales de importancia desde las perspectivas individual, organizacional y nacional, a partir de los trabajos medulares en el área. Se realiza un ejercicio de análisis en las organizaciones de los participantes con el fin de generar una perspectiva general de la importancia y las implicaciones de las consideraciones culturales en la digitalización empresarial.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Guillermo Rodríguez, Ph.D.**

México



Ingeniero bioquímico y maestro en Sistemas de Información por el Tecnológico de Monterrey, así como maestro y doctor en Administración de Empresas con especialidad en Sistemas de Información por la Universidad de Texas en Arlington. Posee más de 30 años de experiencia en instituciones educativas en México y Estados Unidos. Tiene numerosas publicaciones en revistas y congresos y es participante activo en diferentes asociaciones. Es profesor de Informática y Director de Innovación y Desarrollo Tecnológico, en la Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)

Programa a cargo del curso: **MBA**



# MANAGEMENT OF BIG DATA AND ANALYTICS IN THE MODERN ORGANIZATIONS

This course has the objective of preparing students for the advent of big data and analytics as a management resource in their organizations, against a background of the current wave of emerging technologies. Using current academic and practice-based readings and case studies, the course will examine the key issues in the establishment, utilization and maintenance of the necessary analytical tool framework and resources. The course will have a practical component in that the students will be invited to identify potential big data sources that might be relevant to their current or expected organizations, and design an analytical program to take advantage of the opportunities it provides, while identifying problem areas in so doing.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Professor:**  
**Geoffrey Dick, Ph.D.**

**Australia**



Dr. Geoffrey Dick was first appointed full Professor of Information Systems at Dowling College NY in 2009, and has subsequently taught at Georgia Southern, George Washington University and Northern Arizona. Prior to coming to the US he had some 20 years' experience in academia in Australia following a career in the public sector there. His PhD in Information Systems is from the University of New South Wales in Sydney. Geoff has been a screening editor for the Journal of Information and Management. He is an ABET Commissioner with expertise in Information Systems programs and has chaired several visits for the accreditation body the NCAAA in Saudi Arabia. He has been a long-term co-chair of the Education track at AMCIS and is a doctoral consortium co-chair for AMCIS 2019. His research (around 100 publications) is mainly in the areas of telecommuting (his PhD) and on-line education – he is the recipient of the ICIS prize for best paper in education and was awarded the 2009 Emerald Management Review Citation of Excellence for one of the best papers published worldwide in the top 400 business journals. He has been a visiting fellow at UC Davis, the University of Malaya, the Tec de Monterrey in Mexico, University of Agder in Norway and has taught in the prestigious programs of the ESAN Summer School in Lima, Peru, the CETYS International Summer Program in Ensenada and at ITAM in Mexico City

**Programa a cargo del curso: MBA**



# BUSINESS INTELLIGENCE FOR MANAGERS

In times of rapid change, like during COVID-19 and the increasing complexity of the post-pandemic era, companies need to learn quickly, make smarter decisions, and ultimately create value. Business intelligence is an area of business administration that combines analysis facilitated by technology with business knowledge and human judgment to support and improve decision making. Many companies around the world are embarking on initiatives supported by technologies such as big data, business analytics, cloud computing, and the internet-of-things. However, they often view these initiatives as purely technological issues. There is a critical lack of managers who know how to analyze the business and use digital technologies to help companies find smarter ways to operate, improve their products and services, and stimulate innovation. This course focuses on the unification of strategy and business intelligence to identify opportunities and achieve competitive advantage (as well as avoiding the potential problem caused by poor information resource management).

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Jose Ramiro**  
**Montealegre, Ph.D.**

**Estados Unidos**



Ramiro Montealegre is a Professor of Information Systems at the University of Colorado, Boulder. He received his doctorate in business administration from the Harvard Business School in the area of management information systems. His master's degree in computer science is from Carleton University, Canada. He holds a Bachelor in Engineering degree from the Francisco Marroquin University, Guatemala. Dr. Montealegre has been invited lecturer at the Indian School of Business (Hyderabad), University of Toronto, Case Western Reserve University, Beijing Jiaotong University, Universidad Torcuato DiTella in Argentina, INCAE Business School in Costa Rica, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey in Mexico, ESAN Graduate School of Business in Perú, and IE Business School in Spain. He is a recipient of five consecutive annual teaching excellence awards for outstanding teaching at the University of Colorado: The Boulder Faculty Assembly Excellence in Teaching, the Tony Tisone Teaching Excellence Award, the Joseph Frasca Excellence Award, the Graduate Professor of the Year Award, and the MBA Professor of the Year Award.

**Programa a cargo del curso: MBA**





# METaverso, V.R., DAOS, BLOCKCHAIN E I.A., TECNOLOGÍAS E INNOVACIONES QUE IMPACTAN EN EL MUNDO DE NEGOCIOS. MODELOS PARA EL FUTURO EN EL SECTOR B2B

Las predicciones que los futuristas y futurólogos estimaban para el mundo de negocios, ha sido superada. Los ciclos históricos y tecnológicos han avasallado la realidad de los negocios.

En este seminario se trata de manera sistémica como estas disrupciones cambian la manera de ver, no solo la vida diaria, sino el mundo de los negocios y la forma de tomar decisiones para la empresa del mañana.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

TRACK 3					
Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	



**Professor:**  
**Boris Herrera, Ph.D.**

Chile



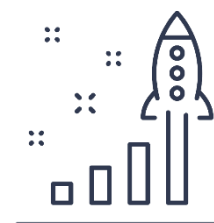
Ingeniero en Química en la Universidad de Chile, Ingeniero en Informática Universidad de Santiago, MBA Tulane University, Phd. in Management Sciences en ESADE Business School y Doctor europeo Eudokma.

Se ha especializado en Gestión del Conocimiento y Gerenciamiento de la Innovación, en estos temas ha trabajado por más de 20 años en la incorporación de nuevas tecnologías e innovaciones en el sector Minero, Industrial y Trading de productos de consumo masivo, donde ha desarrollado modelos de innovación y de gestión del conocimiento para este propósito. Ha dirigido proyectos altamente sofisticados en el área de tecnología, trabajando en proyectos en países de los 5 continentes. Ha participado en todas las áreas de aplicaciones tecnológicas desde desarrollo, implantación, mantenimiento, atención de clientes y desarrollo de negocios, para varios de los productos líderes del mercado en tecnología Minera e Industrial. Profesor en universidades de Chile donde desarrolla temas de innovación y disrupción y profesor visitante en diferentes universidades de Europa y USA.

Programa a cargo del curso: **MBA**

# NEGOCIOS Y EMPRENDIMIENTO

## BUSINESS & ENTREPRENEURSHIP



Formato / Format	Track	Curso / Classes	Profesor / Professor	Idioma / Language
Presencial / Face to Face	1	Business Models Revitalization	Ramiro Montealegre	Inglés / English
Presencial / Face to Face	2	Workshop. Propuestas de negocios del mañana centradas en el cliente. Una perspectiva mundial	Miriam Martínez	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Generando cambios en modelos de negocios en entornos altamente complejos y disruptivos	Boris Herrera	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	2	Implicancias morales y éticas de la gestión pública	Daniela Gallego	Español / Spanish



# BUSINESS MODELS REVITALIZATION

While the COVID-19 pandemic created a health crisis and shocked many industries and businesses, it also fueled the rapid adoption of digital technologies and new ways of working that are necessary for businesses to stay relevant. In the recovery from this pandemic, managers will need to ensure that their companies are prepared to compete in the "new normal." Business success is rarely a function of technology alone, but is based on creating, delivering, and capturing value and differentiation. This course combines theoretical frameworks and practical approaches to answer the question: how can companies revitalize their business models to achieve competitive advantage by providing unique digital content, an exceptional customer experience, and a superior digital experience?

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **INGLÉS**

Horario: **TRACK 1**

TRACK 1					
Lunes a viernes: 08:00 - 11:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 09:40); sábado: 08:00 - 09:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (08:00 - 09:40)	Sesión 3 (08:00 - 09:40)	Sesión 5 (08:00 - 09:40)	Sesión 7 (08:00 - 09:40)	Sesión 9 (08:00 - 09:40)	Sesión 11 (08:00 - 09:40)
Sesión 2 (10:00 - 11:40)	Sesión 4 (10:00 - 11:40)	Sesión 6 (10:00 - 11:40)	Sesión 8 (10:00 - 11:40)	Sesión 10 (10:00 - 11:40)	



**Profesor:**  
**Jose Ramiro**  
**Montealegre, Ph.D.**

Estados Unidos



Ramiro Montealegre is a Professor of Information Systems at the University of Colorado, Boulder. He received his doctorate in business administration from the Harvard Business School in the area of management information systems. His master's degree in computer science is from Carleton University, Canada. He holds a Bachelor in Engineering degree from the Francisco Marroquin University, Guatemala. Dr. Montealegre has been invited lecturer at the Indian School of Business (Hyderabad), University of Toronto, Case Western Reserve University, Beijing Jiaotong University, Universidad Torcuato DiTella in Argentina, INCAE Business School in Costa Rica, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey in Mexico, ESAN Graduate School of Business in Perú, and IE Business School in Spain. He is a recipient of five consecutive annual teaching excellence awards for outstanding teaching at the University of Colorado: The Boulder Faculty Assembly Excellence in Teaching, the Tony Tisone Teaching Excellence Award, the Joseph Frasca Excellence Award, the Graduate Professor of the Year Award, and the MBA Professor of the Year Award.

**Programa a cargo del curso: MBA**



# WORKSHOP. PROPUESTAS DE NEGOCIOS DEL MAÑANA CENTRADAS EN EL CLIENTE. UNA PERSPECTIVA MUNDIAL

Este curso de emprendimiento e innovación tiene como eje central la generación de ideas exitosas de negocios con perspectiva internacional. El estudiante descubrirá cómo es él como emprendedor, cuál es su estilo predominante de pensamiento, su nivel de inteligencia emocional, sus aptitudes y habilidades para emprender. Posteriormente, tomará como eje las tendencias mundiales del consumidor para el desarrollo de una propuesta, y se familiarizará con algunas técnicas de innovación como Design Thinking para llegar a plantear un negocio centrado en el consumidor del hoy y del mañana con los limitantes existentes en su realidad. Todo ello será abordado con una metodología eminentemente práctica, en el que “hacer” será la herramienta base para el aprendizaje.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Miriam Martínez, Ph.D.**

**España**



Myriam Martínez Fiestas, Ph.D. Profesora titular de Universidad (Universidad de Granada, España). Adscrita al departamento de Comercialización e Investigación de Mercados. Doctora internacional en Ciencias Económicas y Empresariales con mención en Marketing, y mención de calidad por la Universidad de Granada (España). Magister en Marketing y Comportamiento del Consumidor por la Universidad de Granada (España). Máster Executive en Derecho Empresarial del Centro de Estudios Garrigues (España) en colaboración con la Universidad de Harvard. Licenciada en Derecho y en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Granada (España). Profesora e investigadora de la Universidad de Granada y profesora visitante de la Universidad ESAN (Perú), Université Jean Moulin (Lyon, Francia), Universidad San Francisco de Quito (Ecuador), Universidad de Chile (Chile) y Universidad Centroamericana (Nicaragua).

**Programa a cargo del curso: MBA**



# GENERANDO CAMBIOS EN MODELOS DE NEGOCIOS EN ENTORNOS ALTAMENTE COMPLEJOS Y DISRUPTIVOS

La dinámica competitiva y la turbulencia en los entornos de negocios han creado ecosistemas multidimensionales que obligan a los ejecutivos a pensar en respuestas en las cuales hace algunos años no existían preguntas.

En este curso plantaremos como realidades históricas se superponen a hipótesis de negocios, y dentro de este contexto, desarrollaremos estructuras y modelos de negocios alternativos a los que actualmente existen y que han dado origen a negocios disruptivos que son exitosos en el mercado actual.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**Boris Herrera, Ph.D.**



Ingeniero en Química en la Universidad de Chile, Ingeniero en Informática Universidad de Santiago, MBA Tulane University, Phd. in Management Sciences en ESADE Business School y Doctor europeo Eudokma.

Se ha especializado en Gestión del Conocimiento y Gerenciamiento de la Innovación, en estos temas ha trabajado por más de 20 años en la incorporación de nuevas tecnologías e innovaciones en el sector Minero, Industrial y Trading de productos de consumo masivo, donde ha desarrollado modelos de innovación y de gestión del conocimiento para este propósito.

Ha dirigido proyectos altamente sofisticados en el área de tecnología, trabajando en proyectos en países de los 5 continentes. Ha participado en todas las áreas de aplicaciones tecnológicas desde desarrollo, implantación, mantenimiento, atención de clientes y desarrollo de negocios, para varios de los productos líderes del mercado en tecnología Minera e Industrial.

Profesor en universidades de Chile donde desarrolla temas de innovación y disrupción y profesor visitante en diferentes universidades de Europa y USA.

**Programa a cargo del curso: MBA**



# IMPLICANCIAS MORALES Y ÉTICAS DE LA GESTIÓN PÚBLICA

Desarrolla la capacidad de los participantes para tomar decisiones y evaluar políticas alternativas con base en principios éticos y morales. Se presentan los principios de ética y su impacto en la función pública de un modo práctico y vivencial que posibilite internalizar los efectos del comportamiento del funcionario público en el sistema de gobierno, la sociedad civil y la continuidad de las instituciones públicas.



**Profesor:**  
**Daniela Gallego, Ph.D.**

España



Doctora en Ética y Democracia por la Universidad de Valencia. Es licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad de los Andes y la Universidad de Valencia. Es profesora en el Máster en Gestión Pública, Liderazgo Político y Comunicación de la Escuela de Negocios de la Universidad de Alicante y del Máster en Políticas de Integración de las Personas Inmigrantes y Mediación Intercultural en la misma casa de estudios. Además colabora en diversos programas de estudio relacionados con la ética aplicada a las organizaciones. Es investigadora colaboradora en la Fundación Étnor, para la ética de los negocios y las organizaciones, miembro del Grupo de Investigación de Bioética de la Universidad de Valencia y del Executive Committee Board de la International Ethics Association IDEA. Entre sus publicaciones cabe destacar: “La democracia deliberativa como pilar en la construcción de una ciudadanía activa”, en Repensar la ciudadanía: Los desafíos de un nuevo pacto global, Tecnológico de Monterey, México, 2011. “Guía Metodológica. De los Tópicos a la Realidad”, publicada en: <http://cepaim.org/biblioteca/publicaciones-2/>, 2011. Francisco Arenas Dolz y Daniela Gallegos Salazar (Eds.), El ciudadano democrático, reflexiones éticas para una educación intercultural, Plaza y Valdez, Madrid, 2009.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14.00 - 15.40)	Sesión 3 (14.00 - 15.40)	Sesión 5 (14.00 - 15.40)	Sesión 7 (14.00 - 15.40)	Sesión 9 (14.00 - 15.40)	Sesión 11 (10.00 - 11.40)
Sesión 2 (16.00 - 17.40)	Sesión 4 (16.00 - 17.40)	Sesión 6 (16.00 - 17.40)	Sesión 8 (16.00 - 17.40)	Sesión 10 (16.00 - 17.40)	

Programa a cargo del curso: **Maestría en Gestión Pública**

# FINANZAS

# FINANCES



Formato / Format	Track	Curso / Classes	Profesor / Professor	Idioma / Language
Presencial / Face to Face	2	Financiación empresarial	David Camino	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	3	Estrategias Corporativas con Stakeholders	Fernando Merino	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	3	Valoración de empresas	David Camino	Español / Spanish



# FINANCIACIÓN EMPRESARIAL

La dinámica competitiva y la turbulencia en los entornos de negocios han creado ecosistemas multidimensionales que obligan a los ejecutivos a pensar en respuestas en las cuales hace algunos años no existían preguntas.

En este curso plantearemos como realidades históricas se superponen a hipótesis de negocios, y dentro de este contexto, desarrollaremos estructuras y modelos de negocios alternativos a los que actualmente existen y que han dado origen a negocios disruptivos que son exitosos en el mercado actual.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 2**

TRACK 2					
Lunes a viernes: 14:00 - 17:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 15:40); sábado: 10:00 - 11:40 hrs.					
ENERO					
Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (14:00 - 15:40)	Sesión 3 (14:00 - 15:40)	Sesión 5 (14:00 - 15:40)	Sesión 7 (14:00 - 15:40)	Sesión 9 (14:00 - 15:40)	Sesión 11 (10:00 - 11:40)
Sesión 2 (16:00 - 17:40)	Sesión 4 (16:00 - 17:40)	Sesión 6 (16:00 - 17:40)	Sesión 8 (16:00 - 17:40)	Sesión 10 (16:00 - 17:40)	



**Profesor:**  
**David Camino, Ph.D.**

España



David Camino es Catedrático de Economía Financiera en la Universidad Carlos III de Madrid, donde también dirige el Instituto Universitario de Derecho y Economía.

Diplomado en Empresariales por la Universidad de Barcelona, estudió Derecho en la UNED y obtuvo la Licenciatura, MBA y el Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid. Ha realizado, igualmente, estudios de postgrado en la London School of Economics y en la Universidad de Harvard, donde obtuvo, becado por la Comisión Fulbright, un Master en Administración Pública.

Ha sido investigador y profesor visitante de varias Universidades e instituciones de Educación Superior y su experiencia profesional incluye estancias en varios países de Europa, Asia y América Latina, trabajando tanto para instituciones y empresas españolas como multinacionales. Cuenta, así mismo, con experiencia en el sector público, como subdirector General de Gestión Económica en la Dirección General de Universidades del Ministerio de Educación y Cultura y como miembro de la Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones del Ministerio de Economía.

**Programa a cargo del curso: MBA**



# ESTRATEGIAS CORPORATIVAS CON STAKEHOLDERS

Al finalizar la asignatura, el participante es capaz de plantear críticas y proponer alternativas a la gerencia y planeamiento estratégico, derivado del conocimiento de la existencia de un conjunto amplio de Stakeholders en la empresa y comprensión de sus características e intereses.



**Profesor:**  
**Fernando Merino, Ph.D.**

España



Es doctor en Economía por la Universidad de Alcalá en el año 2001. Actualmente es consultor del Banco Mundial, miembro de la Comisión Académica de la Cátedra de Internacionalización de Empresas de la Universidad Nebrija y Profesor Titular de Universidad en la Universidad de Murcia donde imparte docencia en los Grados en Administración y Dirección de Empresas, Máster en Finanzas y Máster en Economía. Además, participa en la docencia del MBA de la Universidad Carlos III de Madrid.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

## TRACK 3

Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	

Programa a cargo del curso: **Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo**



# VALORACIÓN DE EMPRESAS

El objetivo de este curso es proporcionar a los participantes los conceptos teóricos y las herramientas prácticas que les permitan la valorización de empresas en diferentes áreas económicas y estructuras competitivas, así como mostrar cómo se realizan los procesos de negociación y financiación de las fusiones y adquisiciones.



**Profesor:**  
**David Camino, Ph.D.**

España



David Camino es Catedrático de Economía Financiera en la Universidad Carlos III de Madrid, donde también dirige el Instituto Universitario de Derecho y Economía.

Diplomado en Empresariales por la Universidad de Barcelona, estudió Derecho en la UNED y obtuvo la Licenciatura, MBA y el Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid. Ha realizado, igualmente, estudios de postgrado en la London School of Economics y en la Universidad de Harvard, donde obtuvo, becado por la Comisión Fullbright, un Master en Administración Pública.

Ha sido investigador y profesor visitante de varias Universidades e instituciones de Educación Superior y su experiencia profesional incluye estancias en varios países de Europa, Asia y América Latina, trabajando tanto para instituciones y empresas españolas como multinacionales. Cuenta, así mismo, con experiencia en el sector público, como subdirector General de Gestión Económica en la Dirección General de Universidades del Ministerio de Educación y Cultura y como miembro de la Junta Consultiva de Seguros y Fondos de Pensiones del Ministerio de Economía.

**Programa a cargo del curso: Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo**

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

## TRACK 3

Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	

# DERECHO LAW



Formato / Format	Track	Curso / Classes	Profesor / Professor	Idioma / Language
Presencial / Face to Face	3	Curso internacional de derecho administrativo	Carlos José Laplacette	Español / Spanish
Presencial / Face to Face	3	Derecho corporativo internacional	Jorge Madorell Blasco	Español / Spanish

# CURSO INTERNACIONAL DE DERECHO ADMINISTRATIVO

La asignatura tiene el propósito de interiorizar a los alumnos en las transformaciones que ha sufrido el Derecho Administrativo en los últimos años fruto del proceso de internacionalización y globalización de los sistemas jurídicos. A tales fines, analizarán los sistemas de Derecho Administrativo comparados, y las transformaciones que éste ha sufrido provenientes de la internacionalización y la globalización, desarrollando habilidades técnicas, prácticas y de aplicación de principios de gobernanza administrativa global.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

## TRACK 3

Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	



**Profesor:**  
**Carlos José Laplacette**

**Argentina**



Abogado (UNR). Especializado en Derecho Constitucional, Administrativo y Litigio Institucional.

Docente de Derecho Constitucional y Procesal Constitucional en las Universidades Austral, Católica Argentina, del Salvador y de Palermo, así como en la Escuela de Formación en Abogacía Pública de la Procuración General de Buenos Aires. Presidente de la Comisión de Libertad de Expresión del Colegio de Abogados de la Ciudad de Buenos Aires y titular del Servicio de Orientación Legal de la Asociación de Entidades Periodísticas Argentina en materia de Libertad de Expresión. Miembro del Instituto de Política Constitucional de la Academia Nacional de Ciencias Morales y Políticas.

**Programa a cargo del curso: Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo**

# DERECHO CORPORATIVO INTERNACIONAL

El presente curso se diseña como complemento a la formación del Área de Finanzas y Derecho Corporativo, dada la especificidad y relevancia del Sector Bancario en la actividad profesional que desarrollan o desarrollarán los alumnos de ESAN, tanto como profesionales bancarios como asesores legales o corporativos de compañías, en los asuntos financieros/ bancarios.

Al finalizar la asignatura, el participante debería de haber adquirido una visión global de la actividad bancaria mejorando sustancialmente sus capacidades a la hora de emprender cualquier negociación o asesoramiento con el sector bancario.



**Profesor:**  
**Jorge Madorell Blasco**

**España**



Licenciado en Derecho por la Universidad de Valencia.

Máster en Gestión Portuaria y Transporte Intermodal. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Especialista en Comercio Exterior (ICEX). Director para España y Portugal de la Unidad de Puertos y Logística del Grupo Fortis.

Formato del curso: **PRESENCIAL**

Idioma del curso: **ESPAÑOL**

Horario: **TRACK 3**

## TRACK 3

Lunes a viernes: 19:00 - 22:40 hrs. (Break de 20 minutos a las 20:40); sábado: 12:00 - 13:40 hrs.

### ENERO

Lunes 16	Martes 17	Miércoles 18	Jueves 19	Viernes 20	Sábado 21
Sesión 1 (19:00 - 20:40)	Sesión 3 (19:00 - 20:40)	Sesión 5 (19:00 - 20:40)	Sesión 7 (19:00 - 20:40)	Sesión 9 (19:00 - 20:40)	Sesión 11 (12:00 - 13:40)
Sesión 2 (21:00 - 22:40)	Sesión 4 (21:00 - 22:40)	Sesión 6 (21:00 - 22:40)	Sesión 8 (21:00 - 22:40)	Sesión 10 (21:00 - 22:40)	

**Programa a cargo del curso: Maestría en Finanzas y Derecho Corporativo**