

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

SUMILLAS DE LAS ASIGNATURAS OFRECIDAS

PARA EL INTERCAMBIO CON EL CONSORCIO DE UNIVERSIDADES

PRIMER SEMESTRE 2022

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

Asignaturas obligatorias

163059 AUDITORÍA

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

160087 CONTABILIDAD APLICADA

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

167060 CONTABILIDAD DE COSTOS

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

160088 CONTABILIDAD DE GESTIÓN

El curso permitirá planificar y tomar decisiones empresariales en situaciones variadas usando principalmente información de costos. Proporcionará temas como conceptos básicos de la contabilidad administrativa, sistemas de costeo absorbente y directo, modelo Costo – Volumen

– Utilidad, costeo y administración basados en actividades, presupuesto maestro, presupuesto estático y flexible, análisis de variaciones presupuestales, costos e ingresos relevantes para la toma de decisiones y precios de transferencia interna.

160091 CONTROL INTERNO Y GESTIÓN DEL RIESGO

Al terminar el curso el estudiante estará en capacidad de utilizar apropiadamente los diversos conceptos de control interno y riesgo referidos a una organización: determinando los riesgos de impacto positivo y riesgos de impacto negativo, y analizando el sistema de gestión de una organización.

167138 EVALUACIÓN FINANCIERA DE LAS EMPRESAS

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

160025 CONTABILIDAD PARA LA TOMA DE DECISIONES

Al término del curso, el estudiante sustentará el costeo de un producto, un servicio u otro objeto de costos y sustentará un plan de acción para la toma de decisiones de una o varias situaciones propuestas. Para ello, empleará los diversos métodos de valuación de inventarios y de asignación de costos, aplicará los sistemas de costos correspondientes, utilizará adecuadamente los diferentes instrumentos de gestión y presentará los informes o reportes de contabilidad de costos y de gestión que correspondan.

160101 SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONTABLE Y ADMINISTRATIVO

El curso permitirá al estudiante determinar el sistema de información contable-administrativo que se requiera en un caso propuesto. Para ello tendrá en cuenta los diversos módulos del sistema contable; las diversas necesidades de información gerencial; los usuarios de la información contable y administrativa; los diversos tipos de reporte e informes contables y de gestión. Además, clasificará adecuadamente la información contable y administrativa.

160096 TRIBUTACIÓN APLICADA II

Este curso permitirá al estudiante resolver casos complejos de aplicación tributaria, demostrando el manejo de aspectos específicos de la tributación como excepciones, situaciones cruzadas, etc.; aplicando en detalle y con profundidad el tratamiento y normativa contable dentro del marco regulatorio nacional correspondiente; haciendo uso de la regulación tributaria nacional de manera específica; calculando las respuestas precisas y justificando la solución.

160132 ASPECTOS JURÍDICOS PARA LOS NEGOCIOS

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

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

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

160130 ASPECTOS TRIBUTARIOS PARA LA EMPRESA

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

160137 ASPECTOS TRIBUTARIOS PARA NEGOCIOS GLOBALES

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

160140 CONSTITUCIÓN Y FORMALIZACIÓN DE MYPE

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

160143 CONTABILIDAD Y FINANZAS PERSONALES

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

160116 CORRUPCIÓN Y EMPRESA

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

160154 EVALUACIÓN FINANCIERA PARA NO CONTADORES

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

160142 LA INFORMALIDAD EN EL PERÚ: PROBLEMÁTICA Y ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Este curso permitirá al alumno ampliar los conocimientos y mejorar el entendimiento de la problemática de la informalidad en el Perú, en sus diferentes tipos: empresarial, tributaria y laboral, así como su relación con la economía nacional y la productividad de las empresas (especialmente las micro y pequeñas empresas-MYPES) y las personas, proponiendo alternativas de solución concretas tomando conciencia que la informalidad es un problema multidisciplinario y cultural con un alto componente económico.

Conocer que el tejido empresarial peruano está conformado en un gran porcentaje de micro y pequeñas empresas (MYPES) que dan empleo a un grueso sector de la población económicamente activa (PEA) y en su conjunto mueve grandes cantidades de capital, pero que en su mayoría son informales.

160149 MARCO JURÍDICO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

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

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

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

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

160104 MANAGEMENT ACCOUNTING

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

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

169318 PRINCIPLE OF ACCOUNTING

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

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

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

1. Account Management – Gestión de Clientes: Este curso está diseñado para entrenar y educar a la nueva generación de Gerentes de Marketing y de Ventas para que se puedan desempeñar efectivamente en un entorno cambiante y altamente competitivo. Los Gerentes de Marketing deben valorar la importancia de los clientes e identificar a aquellos que requieren un tratamiento especial por su importancia en el desarrollo sostenible de la organización. Los ejecutivos de la organización entienden la importancia de construir relaciones de mutua confianza y capital social que les permitan asegurar los ingresos y la rentabilidad en el largo plazo.

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

Todo esto dentro de un contexto global donde las organizaciones cliente desarrollan operaciones en países desarrollados y en países emergentes con toda la diversidad cultural que esto implica.

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

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

3. Análisis del Consumidor: El curso proporciona una estructura para analizar y entender el comportamiento de compra de los consumidores y sus múltiples influencias, de modo que ello sirva de base para la formulación de propuestas de acciones en el campo del marketing.

Además, aporta a la siguiente competencia y respectivos logros de aprendizaje:

-Competencia: Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes.

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

Es así como el curso aporta a la siguiente competencia:

-Competencia: Nuestros egresados serán gestores eficaces y eficientes.

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

Las competencias del perfil del egresado son:

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

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

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

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

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

8. Estrategias de Comunicación: El curso presenta un Enfoque Integral de las Estrategias de Comunicación de Mercadotecnia con tendencia al Largo Plazo (Publicidad) y al Corto Plazo (Actividades BTL = Below the Line o llamadas también Actividades Promocionales) para que partiendo de un Posicionamiento Unico, Claro y Diferenciado en relación a las marcas de la competencia se pueda lograr una relación o matrimonio de largo plazo entre Nuestras Marcas y el Consumidor Final; relación de largo plazo en la que también se debe involucrar a los intermediarios que componen el Canal de Distribución (Plaza, Trade)

Las Estrategias de Comunicación de Largo Plazo se desarrollan en dos importantes vertientes, la primera es la Publicidad Creativa y la Segunda es el Plan de Medios.

A través de la Publicidad Creativa se debe traducir el Posicionamiento de la Marca en una Idea Publicitaria de Mediano y Largo Plazo; y esta Idea Publicitaria debe refrescarse e innovarse en el Corto Plazo a través de diferentes Ideas Ejecucionales que siempre mantengan la esencia de la Marca (su Posicionamiento).

9. Fundamentos Económicos y Organizacionales: este curso tiene como objetivo proporcionar a los alumnos los fundamentos de la economía de las organizaciones, para comprender y abordar cinco preguntas importantes: (i) ¿cómo las organizaciones operan eficientemente?, (ii) ¿cómo pueden las firmas minimizar costos?, (iii) ¿cómo pueden las firmas crear y asignar riqueza?, (iv) ¿cómo pueden las firmas alinear los intereses individuales de sus miembros?, y, (v) ¿cómo pueden los recursos ser adquiridos, desarrollados y desplegados para incrementar la probabilidad de sobrevivencia de la organización bajo un crecimiento rentable?

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

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

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

12. Administración del Comercio Internacional: El curso aporta el desarrollo de la competencia de ser Gestores eficaces y eficientes (LG1), y alcanzar el logro de aprendizaje referido a elaborar propuestas de internacionalización de la empresa a partir del análisis de las teorías del comercio internacional, políticas de promoción de exportaciones y los procesos de integración (N.1.4). Asimismo, resuelve problemas relativos a los procesos operativos de la internacionalización de las empresas, de manera eficaz y eficiente, con altos estándares de productividad (N.1.5) para lo cual analizarán casos y situaciones relacionadas con mercados internacionales y propondrán soluciones.

13. Logística Internacional: El curso de logística internacional pertenece a la especialidad de negocios internacionales y busca brindar al estudiante competencias relacionadas al proceso de

gestión de la cadena de abastecimiento, diseñando actividades que generen valor a toda la cadena, considerando los objetivos empresariales, desarrollando valores y ética empresarial.

14. Dirección Internacional de Empresas: El curso aporta al desarrollo de la competencia de ser gestores eficaces y eficientes en el contexto internacional y a los resultados de aprendizaje referido al planeamiento estratégico para la internacionalización de la empresa, evaluando el impacto de las diferencias regionales, culturales, políticas, institucionales y de otros riesgos en la gestión internacional. Define las estrategias de internacionalización de la empresa, evaluando las ventajas y desventajas de cada una de ellas en función a las características de los mercados y de los recursos y capacidades de la empresa, por lo que el curso interrelaciona las diferentes teorías y variables a tener en cuenta para diseñar la estrategia de internacionalización.

15. International Affairs: This course introduces students to key ideas and debates in the field of international relations (IR). Students will be familiarised with Levels-of-Analysis and several leading IR theories including neo-liberalism, neo-realism, and strategic choice. Along with examining the political and military relations among the states, the lectures and readings will also focus on international political economy and the politics of global warfare (e.g., the environment, resource scarcity, north-south relations, poverty, disease, hunger, and human rights). Along with preparing students for upper-division coursework in international relations and international political economy, a key goal of this course is building analytic and critical thinking skills.

16. Gestión de Mercados Globales: The course is directed to International Business students. It aims to introduce students to global marketing management and to develop competencies for effective decision making in a global context. The main outcome will produce graduates shaped as effective and efficient managers. These results will be based on the following learning outcomes:

- Articulate research objectives of international markets establishing the needs of the company, according to the different stages of internationalization.
- Recognizes internationalization opportunities based on international market information analysis.
- Accurately identifies the requirements, access rules and competition rules of international markets, which the company must take into account in order to compete in them.
- Distinguish the function and effect of advertising and promotion from an international perspective.
- Proposes international market plans.

17. Estrategias de Producto: El curso propone los conceptos y herramientas necesarias destinadas a crear valor para las empresas mediante la gestión de sus marcas y productos. El alumno será capaz de recoger y procesar información acerca de las percepciones que tienen los clientes de una marca específica y determinar las estrategias de producto adecuadas para la misma, así como de diseñar e implementar las estrategias para la gestión de una marca, incluyendo entre otras, manejo de portafolio, administración del valor capital de marca, y manejo de extensiones de línea.

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

19. International Human Resources Management: International Human Resource Management builds on the foundations of Human Resource Management (HRM) ideas. As companies and organizations become increasingly international, issues of national culture, systems and institutions might often stand in the way of a seamless progression of HRM across national boundaries.

The course starts with an examination of the history and nature of HRM before embedding it in a global context. The drivers of business internationalization and its impacts onto strategic international HRM will be discussed. From an institutional perspective, the course will also explore organizational behavior and some of its elements, like employee motivation, leadership and culture, and how organizational behavior has an impact on IHRM patterns in different countries as well as on international assignees management. Taking into consideration the role of HRM in different international organizations' structures, the employment cycle and main tasks concerning global talent management and future trends of IHRM will be presented and discussed in detail.

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

21. Gestión Internacional de Empresas: La globalización de los mercados así como la creciente internacionalización de la economía peruana, exige que los alumnos tengan capacidades de analizar y tomar decisiones relacionadas a las estrategias de internacionalización de la empresa; de acuerdo a ello el curso proporciona una visión del entorno internacional de las empresas e interrelaciona las diferentes teorías y variables a tener en cuenta para el diseño de una estrategia de internacionalización, con el fin de lograr el crecimiento y la sostenibilidad internacional de la empresa a largo plazo.

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

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

23. Global Food & Agribusiness Strategies: Global Food & Agribusiness Strategies examines diverse aspects of the strategic decisions made by owners, CEOs and senior management in the Food and Agribusiness sector. The course is intended to provide a practical overview of real-life decision making through case-study dynamics. Throughout the course, students will be able to apply strategic frameworks in International Business for different geographies, industries and functional areas such as operations, sales & marketing, supply chain dynamics and explore diverse business models within the food & agribusiness landscape. The amplitude and balance of the different learning units reflect the global nature of the food & agribusiness industry and its different strategic choices where we will also understand the different trends and opportunities for innovation that are pushing the industry forward.

24. Global Innovation and Entrepreneurship Management: Global Innovation and Entrepreneurship Management offers a framework for drafting innovation strategies in multicultural contexts that take advantage of global knowledge sharing and for understanding

the entrepreneurial process in a global sphere. The course exposes students to issues and decision making that are relevant to international ventures.

The course is divided in two parts: Global Innovation Management and Global Entrepreneurship Management. The first half concentrates in discussing how to plan and implement innovation in multinational corporations (MNCs). Major topics include understanding the innovation process, creating innovation strategies in global contexts, and leading global innovation teams.

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

Los resultados del aprendizaje son:

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

26. Tiendas Virtuales y Comercio Electrónico: El objetivo principal es que los alumnos sean capaces de reconocer las nuevas formas de crear emprendimientos en Internet y manejar las herramientas, conceptos y conocimientos para planificar, diseñar y promover negocios virtuales en todas las plataformas y los factores que determinan el éxito a través del canal digital. El participante dominará las estrategias de compra y venta a través de medios electrónicos así como los medios de pago, cadena de suministro y procesos de recolección de datos.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE HUMANIDADES

126177 – Arte del Perú contemporáneo

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

120124 – Historia Económica y Empresarial

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

Brinda un análisis crítico de los principales procesos económicos que han influido en la transformación del Perú y el mundo contemporáneo. Aunque abarca desde 1880 hasta el 2010, profundizamos particularmente en el siglo XX, dando énfasis al contexto empresarial, lo cual

permite comprender los cambios de paradigma en el terreno de las políticas económicas a nivel global, regional y nacional, y cómo estos han determinado dinámicas diferenciadas cuyos resultados van más allá de lo estrictamente vinculado a la economía pues explican la existencia tanto de países desarrollados como en vías de desarrollo.

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

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

121210 – Historia de los antiguos griegos y romanos

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

124178 – Historia de las ciudades de Latinoamérica

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

120213 – Expresiones Artísticas de las Vanguardias del Siglo XX

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

127039 – Literatura universal

Mediante el curso de Literatura Universal se pretende aproximar al alumno al fenómeno literario e inducirlo a establecer una relación profunda con algunas de las obras de ficción más importantes de diversas épocas y lugares, en las cuales pueda encontrar testimonios del hombre que busca el sentido de su existencia individual y colectiva.

FACULTAD DE ECONOMÍA Y FINANZAS

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMÍA

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA COMPETENCIA (3 créditos)

Requisito: Microeconomía II

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

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

ANÁLISIS POLÍTICO RELEVANTE PARA LA PERSPECTIVA EMPRESARIAL (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos

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

DISEÑO Y EVALUACIÓN SOCIAL DE PROYECTOS (4 créditos)

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

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

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

Requisito: 100 créditos académicos

Dictado en inglés

This is a course that will introduce you to the study of factors affecting growth and development in Latin America. We will analyze regional historical roots, the different views of looking at development and growth in the region, strategies for economic development, the debt crisis, poverty and inequality, a critical view at neoliberal policies and globalization – how it affects Latin America. We will also look at the post Washington Consensus experiences in selected countries.

HERRAMIENTAS PARA EVALUACIÓN DE RENTABILIDAD Y DESEMPEÑO (3 créditos)

Requisitos: Evaluación Privada de Proyectos

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

Al terminar la primera unidad del curso, los estudiantes comprenderán cómo medir la rentabilidad de una empresa descompuesta en clientes, segmentos de clientes, productos o líneas de negocio. Comprenderá los componentes y las palancas de mejora de rentabilidad de un cliente o de un producto. Mostrará la medición de rentabilidad relativa de un negocio y cómo mejorarla a través de la rentabilidad por cliente. Al terminar la segunda unidad del curso, los estudiantes utilizarán herramientas para comprobar la viabilidad de iniciativas de mejora y para asegurar la rentabilidad futura de proyectos ante escenarios de incertidumbre. Comprenderá las interdependencias de las palancas de rentabilidad de negocio y cómo gestionarlas. Gestionará la incertidumbre en la toma de decisiones con la validación de escenarios de estrés económico.

POLÍTICA ECONÓMICA (4 créditos)

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

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

POLITICAL ECONOMY SEMINAR (3 créditos)

Requisitos: 100 créditos académicos

Dictado en inglés

Acquire a deep understanding of the implications of globalization for future generations. Develop an analytical framework for the analysis of topics such as phases of globalization, institutions governing growth and development, inequality worldwide, arguments for free trade and market fundamentalism, China's impact, the 2008 global financial crisis, growth traps and the case for foreign aid, remittances and microfinance.

SEMINARIO DESIGUALDAD Y ALIVIO DE LA POBREZA EN ASIA Y AMÉRICA LATINA (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos

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

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

El seminario es una oportunidad para comprender las interioridades de los programas sociales y estimar los márgenes de maniobra para poder cumplir con su misión. Las actividades de aprendizaje permitirán al alumno desarrollar competencias de apertura al cambio, gestión y productividad, así como de visión integral. De esta forma, se aprehenderá criterios y técnicas de análisis de intervenciones públicas experimentadas para resolver (o aliviar) la heterogénea y multidimensional realidad del Perú, a partir de la discusión y uso de herramientas de análisis económico, político, social y de gestión pública.

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

SEMINARIO DE ECONOMÍA Y FINANCIAMIENTO EN SALUD (2 créditos académicos)

Requisito: Microeconomía I y Estadística I

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

SEMINARIO DE SISTEMA DE PENSIONES (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos

Los sistemas de pensiones han venido evolucionando y adaptándose a los cambios en los mercados laborales. En particular, los sistemas basados en el ahorro en cuentas de capitalización individual, comúnmente gestionados por empresas privadas, han venido ganando importancia en casi todos los países.

El impacto favorable que ha ejercido el desarrollo de los fondos de pensiones sobre la economía al promover un mayor ahorro interno, el incremento de recursos para la inversión productiva, y el desarrollo del mercado de capitales y de seguros; por citar algunos de sus efectos más importantes; han sido las ventajas que más se han resaltado. Sin olvidar, además, la sostenibilidad fiscal que representa un esquema de protección social ante el tradicional sistema de pensiones público, de reparto, de prima media escalonada o conocido como pay-as-you-go.

Sin embargo, el entorno económico financiero, las crisis financieras, y recientes aspectos vinculados con la cobertura previsional y protección a futuro; han ejercido un impacto importante sobre los sistemas de pensiones que resulta importante estudiar y evaluar.

En la actualidad existen propuestas de reformas de pensiones, que van a definir el futuro de la economía peruana y de la fuerza laboral al momento de llegar a la etapa de la vejez.

SEMINARIO FELICIDAD Y VALORES EN UN MUNDO CON BRECHAS (2 créditos académicos)

Requisito: 100 créditos académicos

El seminario aborda los aportes sobre la felicidad y valores desde la economía, pero rescatando los avances de las ciencias administrativas, sociales y humanidades. Desde esta mirada interdisciplinaria se busca comprender patrones, actitudes y comportamientos del ciudadano en un mundo de desencuentros, turbulencias y resquebrajamiento éticos y morales.

Dos aristas son relevantes. Por un lado, de qué forma se concibe la felicidad, cómo ello se hace tangible y medible desde los distintos saberes. El debate académico permitirá apreciar la diversidad de concepciones y traducciones a la práctica de lo que es ser o no ser feliz. Aún más importante es ahondar en las diferencias de niveles o puntajes de felicidad entre población por niveles de ingreso, sexo, edad y dominio geográfico. Por otro lado, cuál es el vínculo entre el nivel de felicidad y los valores de una sociedad. La preocupación parte de la constatación que el mundo ha dado grandes saltos en lo económico y social pero las diferencias entre unos y otros han alentado desencuentros, conflictos y casi insalvables brechas entre seres humanos. ¿Qué valores están detrás de los patrones, actitudes y comportamientos de las personas que deben convivir en un mundo desigual? ¿De qué forma estos valores guardan alguna relación con determinados niveles de felicidad? La exploración si ciertos valores se vinculan, en algún grado y de manera diferenciada, con puntajes o “notas” de felicidad será retador para comprender las grietas generacionales, de sexo y de hábitat entre las personas en torno al bien estar.

El seminario es una oportunidad para comprender los diversos conceptos, herramientas de medición y análisis cuali-cuantitativo de la felicidad y los valores que grupos, generaciones o localidades consideran importantes. La particularidad de ahondar en las diferencias es explorar hipótesis de trabajo que explique por qué una sociedad es o no feliz. Las actividades de aprendizaje permitirán al alumno desarrollar competencias de apertura al cambio, así como de visión integral y sobre todo, multidisciplinaria. De esta forma, se aprehenderá criterios y técnicas de análisis de intervenciones públicas o privadas experimentadas para comprender y quizás pretender resolver (o aliviar) la heterogénea y multidimensional realidad. A partir de la discusión y uso de herramientas de análisis económico, político y social se enriquecerá el marco de análisis de la población.

El objetivo del seminario es familiarizar a los estudiantes a extraer y debatir conceptos y mediciones sobre la felicidad y valores que se anidan en las mentes y corazones de los ciudadanos que deben convivir en un mundo de brechas.

TEORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO (4 créditos)

Requisito: Macroeconomía III

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

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE FINANZAS

FINANZAS CORPORATIVAS I (5 créditos)

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

Docente: Serhat Yaman

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

FINANZAS PARA EMPRESAS FAMILIARES

Requisito: Análisis Financiero o Fundamentos de Finanzas

Docente: David Wong

La empresa familiar es la principal forma de organización en el mundo y la mayor generadora de empleo. Su evolución y éxito depende crucialmente de la toma de decisiones financieras acertadas. Finanzas para Empresas Familiares es un curso que aborda temas y conceptos que permiten al alumno comprender la filosofía y estrategias financieras de grupos familiares. En particular, el manejo del dinero y las decisiones de inversión en un contexto donde la empresa se interrelaciona con la familia. Por ello, el curso estudia las finanzas desde una perspectiva real que complementa el enfoque costo-beneficio con el enfoque de riqueza socio-emocional.

Para mayor información: <https://www.youtube.com/watch?v=NwztSFpug-8>

FINANZAS Y ABUNDANCIA (4 créditos)

Requisito: 50 créditos académicos

Docente: Guillermo Runciman

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

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

FUNDAMENTOS DE FINANZAS (4 créditos)

Requisito: Nivelación en Informática y Contabilidad Intermedia

Docente: Miguel Robles

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

MACROECONOMÍA FINANCIERA (5 créditos)

Requisito: Sistemas Financieros, Economía General II y Microeconomía I

Docente: Carlos Mendiburu

Macroeconomía Financiera combina la teoría macroeconómica con el enfoque de programación financiera para la elaboración de escenarios y discusión de políticas macroeconómicas. El curso se divide en 5 módulos. En el módulo del sector real se estudian las teorías de la determinación del producto agregado, el crecimiento económico y las principales explicaciones para los ciclos económicos. En el módulo externo se estudia la transmisión de choques externos reales y financieros en el marco de la balanza de pagos. En el módulo fiscal se estudian los ingresos,

gastos, la política fiscal y la sostenibilidad de la deuda pública. En el módulo monetario se estudian la política monetaria del Banco Central y sus efectos. El módulo final muestra las interrelaciones de equilibrio entre los sectores. El curso finaliza con un trabajo orientado a evaluar opciones de política macroeconómica ante distintos escenarios.

MICROECONOMÍA FINANCIERA (5 créditos)

Requisito: Microeconomía I

Docente: José Luis Ruiz

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

SEMINARIO DE CRISIS FINANCIERA INTERNACIONAL (2 créditos)

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

Docente: Mauricio De La Cuba

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

SEMINARIO DE EVALUACIÓN Y FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS (2 créditos)

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

Docente: Sergio Gabilondo

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

SEMINARIO DE FINANCIAL MODELING (2 créditos)

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

Docente: Víctor Torres

Dictado en inglés

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

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

SEMINARIO DE VALORIZACIÓN DE EMPRESAS (2 créditos)

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

Docente: Vladimir Quevedo

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

SISTEMAS FINANCIEROS (4 créditos)

Requisito: Nivelación en Informática y Fundamentos de Contabilidad

Docente: Carlos Arias

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

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS

ADOLESCENCIA, DESARROLLO PSICOSOCIAL Y CONTEXTO (4 créditos)

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

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

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

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

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

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

ANTROPOLOGÍA (4 créditos)

Requisito: Sociología

Los antropólogos examinan normas y prácticas sociales a través del estudio de las culturas para entender cómo los seres humanos estructuran sus vidas, producen significado y resuelven problemas prácticos y filosóficos.

El curso se enfoca en la antropología contemporánea en el Perú, examinando cuáles son las tendencias de investigación más importantes, cómo se produce el conocimiento antropológico y cuál es la relación entre antropología y nación. El curso proporciona herramientas teóricas y

metodológicas para que los estudiantes desarrollen perspectivas críticas acerca de la construcción de la realidad social en el Perú y el mundo.

En el curso, leeremos etnografías, el método de investigación antropológico que consiste en observar y participar en las prácticas culturales de un grupo social para aprender el punto de vista de sus miembros. Los temas, entre muchos otros, incluyen las celebraciones andinas, el shamanismo amazónico, y la relación de la etnicidad con la construcción de la nación.

Las competencias del perfil general del egresado que el curso desarrolla son la responsabilidad social, el pensamiento crítico, el trabajo en equipo y la comunicación efectiva.

Los resultados de aprendizaje del curso son los siguientes: Los estudiantes explicarán la diversidad cultural del Perú, tomando en cuenta que las construcciones étnicas y raciales se relacionan a procesos históricos de exclusión social, política y económica; debatirán el pasado, presente y futuro del Perú, a partir del reconocimiento de que existen puntos de vista diferentes; y desarrollarán una ciudadanía responsable basada en la inclusión social y el diálogo intercultural.

CHINA CONTEMPORÁNEA: SOCIEDAD, POLÍTICA Y RELACIONES INTERNACIONALES (4 créditos)

Este curso mira al mundo desde la otra orilla del Pacífico. La República Popular China, es uno de los grandes protagonistas del escenario mundial del siglo XXI, pero también uno de los menos conocidos por nosotros. Para entender a China en su rol internacional, este curso presenta los momentos formativos de su pasado reciente, hace un recorrido de sus relaciones con los países y regiones del mundo, y ofrece una mirada a la política china en sus relaciones con América Latina, con un énfasis en el Perú. Nos apoyamos en materiales políticos, periodísticos, literarios y artísticos, incluyendo autores chinos en traducción, para entender mejor a China desde adentro.

El profesor Creutzfeldt, es un sinólogo graduado de la Universidad de Durham (Reino Unido) y obtuvo su maestría en Arte y Arqueología de Asia en la Universidad de Londres. Ha estudiado y trabajado en China en varias ocasiones en las últimas tres décadas. Se graduó como doctor (PhD) en Estudios Políticos en la Universidad Externado (Colombia), con una tesis sobre la política exterior china hacia América Latina, bajo la dirección de los profesores Qin Yaqing (China Foreign Affairs University, Beijing) y Matt Ferchen (Carnegie-Tsinghua Center for Global Policy, Beijing). Es editor del libro China en América Latina: reflexiones sobre las relaciones transpacíficas, y ha publicado más de veinte artículos y capítulos en inglés, español, y chino. Entre 2016 y 2019 fue investigador postdoctoral en asuntos China-América Latina-EEUU con la Escuela de Política Exterior SAIS, Universidad Johns Hopkins. Actualmente reside en Alemania. Su página internet es: www.creutzfeldt.net

CINE Y SOCIEDAD (4 créditos)

Requisito: Ciencia Política

Las películas narran historias de modo tal que convierten la realidad en ficción y viceversa; y por ello, son capaces de transformar nuestra visión del mundo. En ese sentido, no es exagerado señalar que el cine educa. Así, el propósito de este curso es que los estudiantes examinen de modo crítico fenómenos socioculturales contemporáneos de los que se da cuenta en las películas documentales y de ficción que se eligen para ese fin.

CORRUPCIÓN, SOCIEDAD Y POLÍTICA (4 créditos)

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

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

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

EMPRESA, POLÍTICA Y SOCIEDAD (3 créditos)

Las empresas atraviesan una crisis de legitimidad: muchos las perciben como organizaciones que erosionan la democracia, los estándares regulatorios y el desarrollo sostenible, particularmente en el marco de la globalización y la integración de mercados. En ese sentido, las empresas han respondido con estrategias comúnmente referidas como “Responsabilidad Social Empresarial” (RSE) y con escenarios de “privatización” de la gobernanza. Tradicionalmente abordadas desde la administración de empresas y disciplinas relacionadas, tales enfoques, aunque útiles, no permiten entender los aspectos políticos de la RSE ni de los escenarios de gobernanza que ésta plantea. Este curso, entonces, se valdrá de conceptos de la ciencia política, la economía política y las relaciones internacionales para discutir, entre otros temas, (i) el papel de las empresas en el desarrollo político, (ii) los “marcos de acción” (influencia de las instituciones y rol de los gobiernos) en los que la empresa debe operar, (iii) el impacto de la globalización en las capacidades y en los estándares regulatorios nacionales, (iv) el rol de las empresas en la gobernanza global, (v) la “privatización” de la gobernanza, (vi) la dinámica entre RSE, instituciones políticas y gobiernos, y (vii) el impacto de la RSE en los países en vías de desarrollo.

En ese sentido, el curso coincide con la apuesta de formación integral en la Universidad del Pacífico: se busca, por tanto, formar ciudadanos que, al complementar la formación económica y empresarial con otras ciencias sociales, puedan evaluar críticamente las implicancias políticas y sociales de la actividad empresarial, incentivando además a la toma de decisiones comprensiva y con consideraciones cívicas.

FUNDAMENTOS DE SICOLOGÍA (2 créditos)

El objetivo del presente curso es dar una mirada general a la Psicología, en términos teóricos y prácticos, con la finalidad de que el estudiante de Administración pueda, por un lado, conocer las corrientes principales de esta disciplina, sus conceptos fundamentales y sus aportaciones en las actividades humanas, y por otro lado fomentar en ellos la capacidad crítica, así como relacionarlas con su mundo interior; adicionalmente proveerles ciertas herramientas para su

vida personal como parte de su formación como profesionales. Los contenidos son necesarios para el desempeño profesional de la carrera. Están relacionados con procesos de aprendizaje, tipos de inteligencia en el actuar como administradores y emprendedores, las motivaciones y las emociones, la personalidad, teorías sobre la agresión y la frustración, el estrés y la ansiedad, la depresión, y por supuesto los procesos de toma de decisiones entre otros aspectos sociales y comunicativos.

FUNDAMENTOS Y VISIONES DEL DESARROLLO (3 créditos)

El concepto del desarrollo, que empezó a propagarse con gran repercusión tras el fin de la Segunda Guerra Mundial, ha sido uno de los más trascendentes del siglo XX tanto por su atención a nivel conceptual como por su implicancia a nivel de políticas nacionales y globales. Sin embargo, en el debate diario suele escucharse el término “desarrollo” referido indistintamente a campos tan diversos como el crecimiento económico, la modernidad, la calidad de vida, la salud, la educación, etc. El presente curso se propone esclarecer este tema y abordar este concepto a partir una perspectiva histórica de acuerdo con los múltiples paradigmas que han surgido en torno al tema: los enfoques fundantes de la teoría del desarrollo (de la modernización y la dependencia), el enfoque de las necesidades básicas, el desarrollo a escala humana, el desarrollo humano, el género y desarrollo, el desarrollo sostenible y las alternativas al desarrollo (el “postdesarrollo”, el buen vivir y el decrecimiento).

GERENCIA SOCIAL APLICADA (4 créditos)

En los últimos años ingentes cantidades de dinero provenientes del sector privado se han destinado a proyectos sociales y de desarrollo en el país, especialmente provenientes de la industria extractiva, no obstante lo cual no se observan cambios significativos en la calidad de vida de la población de su área de influencia, y por el contrario son los conflictos socioambientales la cara más visible de la relación entre empresas, comunidades e incluso gobiernos locales y regionales. La discusión actual no es entonces si la empresa privada debe ser un actor del desarrollo local, sino cuál es la manera más efectiva de su participación tanto en lo que respecta a la inversión social que realiza como a la gestión de la misma y con su entorno. En los últimos 20 años se han intentado varias fórmulas en ambos aspectos con pocos resultados visibles. El curso focalizará su atención en el análisis integral (Modelo) de la participación del sector privado en el desarrollo de su área de influencia, dentro de un entorno social, económico y ambiental oscilante. Se tendrá como marco de análisis el desarrollo local sostenible.

HOMBRES Y MUJERES EN SOCIEDAD (4 créditos)

Tanto en las economías industrializadas del mundo, como en los países en vías de desarrollo, las mujeres trabajan fuera del hogar más que nunca. Por un lado, ello puede sugerir una mayor independencia económica para este género y servir para reducir los índices de pobreza en hogares de bajos ingresos. Por otro lado, esta realidad presenta diferentes desafíos sociales tanto para hombres como para mujeres – particularmente en sociedades en las cuales miradas tradicionales sobre mujeres – y las expectativas sobre las mismas – persisten con relación a su género y en torno a sus roles en la sociedad.

Asimismo, a medida que las mujeres han ganado espacios de los cuales anteriormente eran excluidas, estos entornos han cambiado para los hombres en su composición y respecto a sus propios roles. En este contexto los hombres también enfrentan estereotipos y expectativas

sociales acerca de sus propias masculinidades. Esta situación, combinada con persistentes disparidades sociales y económicas entre los géneros tiene implicancias para las relaciones entre mujeres, hombres y otros géneros, particularmente cuando se considera que la sociedad coloca expectativas particulares sobre cada uno de ellos.

¿Cómo llegaron las mujeres a su situación socioeconómica y política actual? ¿Cuál ha sido el rol histórico de los hombres en nuestras sociedades occidentales y cuál es su rol ahora? ¿Cuáles serían algunas trayectorias posibles hacia el futuro?

Tomando como referencia diferentes casos del mundo, y de América Latina en especial, este curso se dedica a explorar y discutir estos temas. Para ello, revisamos una variedad de teorías y datos, incluyendo: literatura feminista y sobre masculinidades; así como evidencia empírica sobre la participación de mujeres en la fuerza laboral en comparación con otros géneros. Además, se abarcarán temas como la violencia de género, y el rol de los hombres como de las mujeres en contribuir a cambios sociales positivos.

Todos los alumnos con un interés genuino en esta materia son bienvenidos a llevar este curso. Sin embargo, es altamente recomendable que los estudiantes que se matriculen cuenten con al menos 120 horas crédito completadas y/o hayan llevado algún curso básico de ciencia social y/o de política. Un propósito clave de este curso es desarrollar habilidades de pensamiento crítico en los alumnos y las alumnas, de tal modo que la participación activa, y de calidad, comprenderán un 30% de la nota final.

INVESTIGACIÓN ACADÉMICA (3 créditos)

Se trata de un curso formativo cuya finalidad es promover entre los estudiantes el interés por la generación sistemática de conocimientos (investigación académica), y estimular el desarrollo de las habilidades necesarias para conducirla. El curso tiene por objetivo lograr que los estudiantes diseñen una investigación académica. Se espera que cada estudiante elabore a lo largo del ciclo una propuesta de investigación.

El curso busca que los estudiantes aprendan a investigar bajo la guía y orientación del docente; por ello, ha sido estructurado de una manera eminentemente práctica lo que permite la introducción de los elementos conceptuales en función de los avances del trabajo a lo largo del ciclo académico.

PENSAMIENTO SOCIAL CONTEMPORÁNEO (3 créditos)

Requisito: Ciencia Política

Se trata de un curso de carácter interdisciplinario, en el que las principales prácticas, las corrientes de pensamiento social, y los escenarios contemporáneos, son analizados desde diversas ópticas interpretativas. Es decir, se busca que los estudiantes comprendan el modo en que pensamos y actuamos ahora, teniendo como referencia los actuales debates académicos desarrollados desde la teoría social.

RELACIONES INTERNACIONALES (4 créditos)

Requisito: Ciencia Política y Filosofía

La disciplina de las Relaciones Internacionales estudia los diferentes procesos o interacciones entre los actores del Sistema Internacional, sus causas y sus consecuencias.

De esta forma, el curso busca que los alumnos amplíen su conocimiento sobre la problemática internacional, aprendiendo conceptos y herramientas básicas para comprender al sistema internacional contemporáneo.

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

SEMINARIO: ENFOQUES Y DESAFÍOS EDUCATIVOS DEL PERÚ CONTEMPORÁNEO (2 créditos)

Requisito: 120 créditos académicos

Este seminario tiene un doble propósito: por un lado, busca que los estudiantes tengan una aproximación amplia a cómo se definen los problemas educativos en general y a la situación peruana en particular y, por otro, que tengan una experiencia de desarrollo de una pequeña pieza de investigación acotada y guiada por el docente que les permita no sólo mejorar la aproximación a los problemas educativos, sino también a los atributos técnicos que deben ser considerados para el uso de las principales fuentes de información disponibles.

SOCIAL INEQUALITY IN LATIN AMERICA (3 créditos)

Dictado en inglés

Across the disciplines, the academic literature is consistent in describing Latin America as a highly unequal region in the world. Indeed, the concept of “social inequality” encompasses multiple aspects and is measured by various methods. Many demographic factors could be considered, such as: income, employment, educational level, consumption, access to social services (health, education, transportation, etc.), race, gender, class, age, residential location (urban/rural, neighborhood), religion, sexual orientation, place of origin, among many others. These factors interact configuring a class structure at local, national and transnational levels. Considering this complexity, the objective of this course is to introduce students to the main variables and theories concerning social inequality in Latin America. Toward this goal, the course is designed to engage the shared experiences that have shaped Latin America and to reveal the immense diversity within it.

SOCIOLOGÍA (4 créditos)

La sociología estudia las relaciones sociales que se establecen entre los individuos y la sociedad, es decir, entre las personas y el mundo social en el cual han nacido y actúan. Sus principios teóricos y metodológicos ayudan a entender hasta qué punto los individuos somos actores creativos y autónomos de nuestras elecciones, preferencias y gustos y, al mismo tiempo, en qué medida esos mismos pensamientos y acciones son el fruto de fuerzas sociales que están más allá de nuestro control. La sociología busca mostrar que la biografía individual de un niño, una mujer, un joven o un adulto no puede ser comprendida si no se toman en cuenta los

acontecimientos históricos y los procesos estructurales que actúan como condicionantes de su vida personal y social.

El curso se organiza en cuatro unidades de aprendizaje: (1) ¿Qué es la sociología?; (2) Familia y género; (3) Raza, etnicidad y cultura; y, (4) Desigualdad, cambio social y globalización. Cada unidad empezará con una breve introducción de los conceptos básicos que faciliten la comprensión de los fenómenos sociales que se busca estudiar, luego de lo cual se procederá a una reconstrucción histórica de cómo tales conceptos han sido utilizados por las diversas escuelas sociológicas. La teoría social examinada se ilustrará a través de la presentación y discusión de casos peruanos y de otras regiones del mundo, con el fin de desarrollar entre los estudiantes una visión comparativa de los grandes procesos sociales contemporáneos. Se finalizará planteando un balance general de hacia dónde se está dirigiendo la investigación en cada uno de estos grandes campos temáticos.

El curso contribuye a la formación integral y multidisciplinaria de los/las estudiantes mediante el aprendizaje de un razonamiento crítico y una actitud comprometida con el desarrollo social del Perú. De acuerdo con el Modelo Educativo de la UP, el curso contribuye con el desarrollo de las siguientes competencias entre los/las estudiantes: liderazgo, responsabilidad social, trabajo en equipo comunicación efectiva y pensamiento crítico.

FACULTAD DE INGENIERÍA

SUMILLAS DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE INGENIERÍA

170119 - Arquitectura del Sistema de Información

El curso desarrolla las competencias de los alumnos para diagnosticar la realidad tecnológica de una organización. Para tal fin se aborda los sistemas de información a partir de tres perspectivas: su funcionalidad (para qué sirven); sus componentes tecnológicos y su construcción.

Desarrolla las siguientes competencias generales: Gestión y productividad, visión integral y trabajo en equipo. Asimismo, desarrolla las siguientes competencias específicas: Visión horizontal y sistémica y gestor de procesos tecnológicos integrando tecnologías de información.

Los contenidos generales que se desarrollarán en el curso serán: Fundamentos de los sistemas de información. Componentes tecnológicos de sistemas de información. Sistemas de información y automatización de procesos. Sistemas de información y toma de decisiones. Sistemas de información y redes intra e inter organizacionales. Sistemas de información y modelos de negocio.

Logro de aprendizaje final del curso Al término del curso, el estudiante desarrollará una solución de inteligencia de negocios con estructuras relacionales.

170135 - Ingeniería de Procesos

La Ingeniería de Procesos es uno de los tres pilares de la Carrera de Ingeniería Empresarial, cuya finalidad es formar en los estudiantes de la carrera la capacidad de análisis del negocio orientada hacia la gestión de los procesos en las organizaciones y al uso de herramientas y métodos facilitados y habilitados por la tecnología, de manera de desarrollar una visión sistémica y horizontal de las empresas que permita la propuesta de soluciones a los problemas reales de una organización mediante la identificación, modelamiento, análisis, mejora, monitoreo y control de los procesos de negocios. Durante el curso se desarrollará una metodología que brinde a los estudiantes los conocimientos, habilidades, técnicas, herramientas y actitudes necesarios para una eficiente y eficaz gestión de procesos en diversos tipos de organizaciones.

Logro de aprendizaje final del curso: Al término del curso, el estudiante sustentará una propuesta de solución a un problema de negocio utilizando el método (BPM). Asimismo, mostrará que su propuesta se ajusta a las instrucciones proporcionadas, que guarda coherencia y se ajusta a los conceptos, métodos, técnicas y herramientas de la gestión de procesos. También, mostrará profundidad en el análisis del problema y que su propuesta sea innovadora y pertinente.

170307 - Herramientas de Programación con Python

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

Logro de aprendizaje final del curso

1. Al término del curso, el estudiante podrá analizar diversas formas de diseño de algoritmos y aplicar las estructuras convenientes; con la finalidad de darle soluciones a problemas que tengan que ver con el manejo de datos e información al interior de las organizaciones.
2. Construye software usando los principios de la Programación Orientada a Objetos en la resolución de problemas de propósito general.
3. Aplica en forma correcta los principios de la herencia y polimorfismo en la creación de programas.