

**SUMILLAS DE LA OFERTA SELECCIONADA
SEMESTRE 2013-1**

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

5001 PSICOLOGÍA

SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PERSONAL (2281)

La asignatura tiene como propósito introducir al alumno en el campo de actividad del proceso de contratación de personal, explorando las actividades de diseño de la posición, convocatoria, evaluación, selección, orientación y socialización del nuevo empleado en las organizaciones, considerando las metodologías y técnicas contemporáneas, en el marco de exigencias profesionales y globales en el contexto de las empresas.

CONDUCTA SOCIAL (6020)

Se revisan los procesos relacionados con la cognición social y del pensamiento que surge de las relaciones que establece el individuo con el grupo; la formación y el cambio de actitudes, los prejuicios y la discriminación; los fenómenos de la influencia social y del liderazgo. Asimismo se revisan temas de la Psicología Social Aplicada relacionados con el comportamiento de los grupos y la influencia de las normas e instituciones sociales sobre el comportamiento humano.

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL I (6292)

Se expone los diferentes aportes de la teoría, la investigación y la práctica del comportamiento humano en las organizaciones, desde una perspectiva sistémica y micro-conductual (individuos-grupos). Luego de revisar la historia de la psicología organizacional, se estudia la conducta humana desde el punto de vista individual. Después se analiza el desenvolvimiento grupal de las personas. Finalmente, se aborda los temas que integran la dinámica organizacional y sus efectos en la relación con el macrosistema social.

COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL II (6293)

El curso está dirigido a analizar, describir y discutir la dinámica del comportamiento en las organizaciones, como fundamento de las prácticas de gestión de los subsistemas de recursos humanos. Se enfatizará el diseño de modelos, programas e instrumentos orientados a optimizar la administración del personal, considerando los marcos estratégicos y metodológicos que permitan enfrentar los retos y exigencias contemporáneos.

CONSEJERÍA PSICOLÓGICA (6294)

La consejería psicológica es una actividad que es al mismo tiempo simple y compleja. Parece ser que dirigirse a alguien, que muestre interés y preocupación por lo que nos ocurre es algo sencillo. Pero hablar, escuchar, saber, dejarse conocer, y devolver el conocimiento que se ha adquirido es una tarea sumamente compleja. El consejo psicológico es un tema de sumo interés que involucra social, cultural, espiritual, y filosóficamente a las personas que convoca. Suele ser una práctica interactiva y básicamente es a través de la experiencia como alguien puede lograr desarrollarse en este campo. Para ello es necesario también un soporte teórico y conceptual recibiendo la consejería psicológica aportes de diversas tradiciones y escuelas de pensamiento. La propuesta de esta asignatura es ofrecerle al estudiante una especie de mirada a través de la ventana de esta compleja disciplina, y por medio de esta pueda obtener nuevas herramientas para un mejor desempeño en su especialidad.

PSICOLOGÍA DEL DEPORTE (6307)

El campo de la Psicología Deportiva tiene cada vez mayor interés. Hoy se sabe cómo los aspectos emocionales, cognitivos, mentales, son determinantes en la práctica del ejercicio físico y el deporte. La Psicología Deportiva se ocupa de entender cómo el ser humano es influido positiva o negativamente por su mundo interior, por sus afectos, sus creencias y cogniciones, así como de proponer estrategias para un mejor desempeño, tomando en cuenta la especificidad de cada edad. Va a interesarse y analizar las diferencias entre los deportes individuales, los colectivos, los de pista, los de campo, los acuáticos, etc.

PSICOLOGÍA DEL DESARROLLO ORGANIZACIONAL (6308)

El curso permitirá adquirir una visión integral del proceso de cambio y desarrollo organizacional, y diseñar estrategias básicas de intervención psicológica para favorecer dicho proceso. Además analizar el cambio desde la perspectiva del aprendizaje y la metodología ProMES.

GESTIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS (6340)

La asignatura describe y analiza las prácticas contemporáneas de gestión en las organizaciones desde una perspectiva estratégica, la cual integra tanto las variables del comportamiento organizacional, así como las de gestión organizativa y la dinámica del entorno en que opera la organización. El enfoque es aplicativo, dado que se enfatiza el conocer, evaluar y/o diseñar, los procesos, metodologías, herramientas o instrumentos que respondan a retos y desafíos en el campo de los recursos humanos en el marco de la competitividad y la globalización.

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

5200 ADMINISTRACIÓN

GERENCIA DE VENTAS (2419)

La asignatura de Gerencia de Ventas está referida a los principios y las prácticas de ventas. Sus principales temas son: Ambientes de servicio, Venta al detalle, Mayoreo y Fabricación. El concepto actual del marketing y la venta. Oportunidades en el área de ventas. Factores que influyen en el proceso de la construcción, establecer y desarrollar relaciones provechosas con los clientes. Comunicación - escucha - asertividad y características de un buen comunicador. El desarrollo de la estrategia de venta. Desarrollo de una base de clientes reales y potenciales. Tácticas de aproximación al cliente. Identificación de necesidades y problemas del cliente. La fase de venta y la creación de la presentación de ventas tipo consultor. La demostración de ventas a la medida. La diferenciación de la oferta empresarial. El cierre de ventas, el servicio al cliente y el tratamiento de quejas. Administración de la fuerza de ventas. El telemarketing y la venta electrónica.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS POR COMPETENCIA (2273)

La dirección moderna de las empresas exige una nueva orientación que le permita alcanzar niveles adecuados de competitividad y mejoramiento continuo de la productividad dentro de un marco de fortalecimiento de la cultura organizacional. Adoptar nuevos esquemas u orientaciones, tiene como punto de partida la revaloración del factor humano y la comprensión que el desarrollo de sus potencialidades y su competitividad es la base del proceso de agregación de valor a la Organización. Bajo esta premisa, la gestión de personas en las organizaciones se vincula directamente con sus objetivos estratégicos, el énfasis se dirige a la optimización del capital humano como ventaja diferencial, por lo que se requiere de un proceso de alineamiento efectivo que se base en las competencias de las personas, ya que son éstas las que traducen en resultados concretos las estrategias de las empresas e instituciones en general.

GESTIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL (3563)

La asignatura de Gestión del Comercio Internacional presenta conceptos fundamentales que servirán de base para una gestión eficaz relacionada a la actividad comercial internacional. Sus principales temas son: Teorías sobre el Comercio Internacional, Políticas de Comercio Internacional, Cooperación e Integración económica internacional, La negociación internacional, Formas de pago en el comercio internacional, Mercados internacionales, Empresas y comercio internacional, Organismos de Cooperación Internacional, Finalidad y alcance de los Incoterms, El proceso de exportación en el Perú, El proceso de importación en el Perú, Logística, transportes y distribución física internacional.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (2319)

La asignatura introduce al alumno en el nuevo enfoque sobre el rol de las empresas en el mercado y la sociedad y cómo el concepto de la sustentabilidad está redefiniendo la forma hacer negocios. Se revisará la evolución y los alcances del concepto de responsabilidad social hasta llegar a la nueva norma ISO 26000. Así mismo, los estudiantes conocerán los ámbitos y a forma en que el enfoque de la responsabilidad social se traduce en el desempeño cotidiano de las empresas. A través de ejemplos de buenas prácticas globales y nacionales, se verá cómo las estrategias socialmente responsables pueden crear o potenciar la ventaja competitiva del negocio y, de este modo, aportar valor a la gestión empresarial. La asignatura aborda, al mismo tiempo, la relevancia de la ética en los negocios y conceptos afines como gobierno corporativo y rendición de cuentas (accountability).

MARKETING INTERNACIONAL (2426)

La asignatura pretende que el estudiante logre un concepto global del marketing internacional, basado en técnicas económicas y sus aplicaciones, así como las implicaciones culturales, legales, políticas e institucionales de las operaciones internacionales que intervienen. Sus principales temas son: El marketing, El entorno de nuestro país y de los mercados internacionales, Regiones multinacionales de mercado, Sistemas de información e investigación en el marketing internacional, Segmentación global, Decisiones de localización y cadena de valor (papeles estratégicos del marketing internacional), Estrategias alternativas para la penetración y expansión en el mercado internacional, Marketing de productos de consumo, industriales y de servicios, Fijación de precios. Distribución Internacional, La publicidad y el esfuerzo de promoción global, Liderazgo, organización y control del esfuerzo del marketing internacional y Plan de Marketing Internacional.

5205 MARKETING

ADMINISTRACIÓN DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN (2447)

La asignatura de Administración de Canales de Distribución está referida a cómo diseñar, desarrollar y mantener una red de Distribución que sea efectiva para hacer llegar la marca a los consumidores. Sus principales temas son: poner a disposición de los consumidores el producto a través de diferentes tipos de intermediario; lograr utilidades de tiempo, lugar y posesión para la satisfacción de los clientes; compensación de los miembros del canal; estructura y funcionamiento de los canales; empleo de nuevas tecnologías y sistemas informáticos de operación; conflictos que pueden ocurrir y estrategias que se pueden aplicar para su solución; liderazgo y estimulación de los esfuerzos de los miembros del canal.

FACULTAD DE ECONOMÍA

5300 ECONOMÍA

MERCADO DE CAPITALES/CAPITAL MARKETS (3318)

The Capital Markets course aims for students to acquire general Knowledge about the importance and function of local and international capital markets, and the variables that affect its behavior. During the

course, the student will develop and acquire Knowledge about the different aspects of fundamental and analysis, which are taken into account during the investment process. Finally during the course, the student will learn the characteristics and particularities of different asset classes like equity, fixed income and derivatives, focusing on developing concepts of this asset classes and also on their valuation.

SIMULACIÓN ECONÓMICA (3186)

La asignatura presenta al alumno diversas alternativas de simulación en el marco de leyes y fenómenos económicos, basadas en un análisis de la sensibilidad estructural ante un cambio esperado o eventual en las circunstancias que rodean al fenómeno económico en estudio. Esto con el deseo de propiciar el empleo del criterio, para un acertado proceso de toma de decisiones. A través de la asignatura se muestra el método analítico que contempla las posibles consecuencias en las variables objetivo, de alteraciones en el entorno de las mismas. Se trata de darle al alumno, una sólida formación en el área de investigación económica, complementando los conocimientos adquiridos en los cursos de econometría. Sus principales temas son: Análisis del ciclo económico cuantitativo. Procesos estocásticos univariantes y multivariantes. Modelos estructurales con manejo de escenarios, modelos en el espacio de los estados y técnicas de reciente aplicación a la economía como soporte de los temas anteriores.

5306 NEGOCIOS INTERNACIONALES

INTELIGENCIA DE MERCADOS INTERNACIONALES I (3285)

La apertura comercial implica necesariamente una mayor competencia y los mercados son sumamente dinámicos. Por ello es fundamental para los países y para sus empresas comprender el funcionamiento de los mercados y trabajar permanentemente en la mejora de sus niveles de competitividad. A nivel del país un punto de partida importante es el Plan Estratégico Nacional Exportador (PENX: 2003-2013) trabajado entre el sector público y privado.

El curso pretende familiarizar a los participantes con las fuentes de información clave para competir en mercados globales y analizar la información para la toma de decisiones empresariales. La comprensión del marco institucional local y en el mercado de destino resulta fundamental para segmentar mercados, evaluar la competencia y crecer en forma sostenida.

FINANCIAMIENTO DE NEGOCIOS INTERNACIONALES I/INTERNATIONAL TRADE FINANCE (3589)

The course will enable the identification and evaluation of financing alternatives that companies can use in their international trade operations. The main topics are: Identification and evaluation of sources of funds, preparation of financial structures to take forward a business of import and / or export, fixation of pay according to the product, industry and market, and warrants.

TALLER DE NEGOCIACIÓN (3308)

La dinámica del comercio internacional impulsada, entre otros aspectos, por los procesos de integración comercial de diversos alcances, entre países de todos los continentes, la interdependencia, así como la intervención cada vez más intensa de los organismos internacionales, obliga a todo tipo de negociación en el ámbito internacional del comercio de bienes y de servicios, en el que intervienen personas de diferentes culturas. Para desarrollar negociaciones internacionales exitosas, se requiere el conocimiento profundo de los distintos entornos tanto culturales como políticos y jurídicos, dominando los distintos tipos de negociación existentes, las estrategias y tácticas a aplicar en función de la posición de negociación, así como entender las diferencias existentes entre una negociación en el ámbito nacional a una que traspase nuestras fronteras.

5400 CONTABILIDAD Y FINANZAS

AUDITORÍA INTERNA (4298)

Asignatura que desarrolla un entendimiento completo acerca del servicio de Auditoría Interna y la forma como realizarla, introduciendo un conjunto de herramientas analíticas y de desarrollo que son utilizadas en el proceso de dicho servicio. Está diseñado para preparar al alumno en el campo de la Auditoría Interna, frente a las transacciones que demandan la participación del Contador Público a fin de velar por el cumplimiento de los procedimientos contables y del sistema de control interno establecidos por la empresa. Sus principales temas son: El concepto de auditoría interna y las normas profesionales que la rigen, La certificación de auditores internos, La organización de una Oficina de Auditoría Interna, La formulación del Plan Anual de Actividades de Control, La ejecución de las labores de auditoría y su campo de acción y la prevención de fraudes, Los informes de auditoría interna y el seguimiento de las recomendaciones.

TRIBUTACIÓN INTERNACIONAL (4309)

Esta asignatura permitirá que el alumno tenga una visión actualizada de las dificultades, fórmulas y soluciones que brinda la fiscalidad internacional desde la perspectiva de la práctica empresarial, bien sea que se contraten servicios del extranjero o que se negocien bienes y/o servicios con otros países o empresas extranjeras. Los principales temas son: la Base Jurisdiccional del Impuesto a la Renta; Los criterios de vinculación predominantes en la doctrina y la legislación comparada (residencia, domicilio, nacionalidad); Tributación de empresas no domiciliadas; Conflicto de jurisdicciones; Doble tributación; Mecanismos para evitar la doble tributación así como la tributación del comercio electrónico; Los paraísos fiscales y el análisis de las normas que regulan las operaciones entre empresas vinculadas: Precios de Transferencia.

AUDITORÍA Y PLANEAMIENTO TRIBUTARIO (4140)

El desarrollo de esta asignatura comprende el estudio y aplicación de las técnicas y procedimientos de auditoría tributaria, en el marco de la legislación tributaria vigente, con la finalidad de verificar el debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, de carácter formal y sustancial de los deudores tributarios. Los principales temas son: Análisis y evaluación de la situación tributaria general de las empresas, Técnicas y procedimientos de auditoría tributaria; así como la estructuración, dentro de la empresa, del órgano de Planeamiento Tributario, para lograr el mejor cumplimiento de las obligaciones tributarias y la correcta presentación de las declaraciones juradas ante los Acreedores Tributarios evitando la generación de contingencias y teniendo además los temas referidos a: Determinación y clasificación de la responsabilidad tributaria de los contribuyentes y responsables de la empresa; la responsabilidad del profesional contable; el delito tributario frente a la infracción fiscal.

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

5500 COMUNICACIÓN

COMUNICACIONES DE MARKETING (8325)

El taller consiste en el desarrollo de estrategias de comunicación integrada para lograr objetivos puntuales del área de marketing de una empresa.

Esas estrategias están pensadas en función de proveedores, clientes finales, distribuidores, organizaciones, etc. Incluye acciones de marketing directo, CRM, promoción de ventas, merchandising, e-marketing, below the line, activaciones dirigidas al consumidor, publicity, entre otras. Se trata de un conjunto de herramientas para tomar decisiones correctas en marketing con énfasis en formulación y desarrollo de estrategias de mezcla promocional.

CREATIVIDAD PUBLICITARIA (8099)

Esta asignatura atiende al proceso de creación, desarrollo y evaluación de estrategias, conceptos e ideas en el campo de las comunicaciones de marketing, ofreciendo una visión actualizada de la creatividad como actividad expresiva y comunicativa. La asignatura simula condiciones profesionales de trabajo, a través de continuas competencias intergrupales y de ejercicios prácticos imbricados en problemas reales.

GÉNEROS AUDIOVISUALES (8108)

A partir del estudio de los orígenes de la dramaturgia griega y la narración literaria, la asignatura reflexiona sobre las diversas formas narrativas y expresivas de los géneros presentes en los medios audiovisuales. Define luego las estructuras y formatos narrativos que caracterizan la cultura audiovisual y explica los tres grandes grupos de géneros: los informativos, los dramáticos y los de variedades. Con estos criterios se estudian las estrategias de realización, los mecanismos de producción y las lógicas de consumo. Se analizan además, de forma teórica y práctica, las diversas estructuras con las que se narran los programas, films, videos y otros relatos audiovisuales, con el propósito de identificar sus características de lenguaje, sus recursos expresivos y técnicas, así como las principales fusiones y tendencias de la producción y realización en la sociedad digital. A modo de complemento, se elaborarán propuestas narrativas que se experimentan en ejercicios de realización por géneros.

HISTORIA Y ÉTICA DEL CINE (8069)

Esta asignatura estudia las transformaciones expresivas y comunicativas en diversas manifestaciones fílmicas a través de la historia. Por cierto que no se trata de ofrecer una exposición factual, ni una enumeración cronológica de hechos, anécdotas y personajes, sino de analizar, evaluar e interpretar diferencias y semejanzas técnicas, poéticas, estilísticas y narrativas entre tendencias y autores.

MARKETING AUDIOVISUAL (2280)

En el nivel estratégico, la asignatura busca que el estudiante aprenda a analizar e identificar audiencias, mercados, industrias y plataformas multimediáticas que le permitan formular contenidos y decidir los medios a utilizar en relación con sus posibilidades de negocio. En el nivel táctico, la asignatura capacita en el uso de herramientas de gestión y marketing que se emplean en los diferentes procesos de los medios masivos.

PERIODISMO RADIAL (8320)

En esta asignatura se adiestra al estudiante en las diversas fases de la producción, realización y postproducción de materiales periodísticos de acuerdo con los requerimientos de la radio profesional (seguimiento y cobertura de comisiones; redacción y edición de textos; edición, jerarquización y montaje de materiales grabados; transmisión en vivo y conducción), ya sea para noticieros o programas especiales.

TALLER DE CAMPAÑAS SOCIALES (8328)

El taller se orienta a la creación y producción de diferentes piezas de comunicación, integradas bajo un mismo objetivo, tanto para corporaciones como para instituciones sociales. Esta práctica, que también se relaciona con la responsabilidad social empresarial, comprende temas como el análisis del brief, desarrollo de estrategias, diseño de piezas creativas y producción y realización de materiales diversos.

TÉCNICAS AUDIOVISUALES (8335)

Esta asignatura teórico - práctica desarrolla los principios básicos de la tecnología del vídeo, el cine y la televisión.

En consecuencia explora las posibilidades técnico - expresivas del registro y la edición de la imagen y el

sonido. Los constantes ejercicios posibilitan el aprendizaje de los alumnos y constituyen una introducción al proceso de producción audiovisual.

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

5600 INGENIERIA INDUSTRIAL

MATERIALES DE INGENIERÍA (5344)

Esta asignatura imparte conocimientos relacionados con los materiales industriales, sus propiedades, nomenclatura, resistencia. Los materiales que se estudian son: metales, aleaciones ferrosas y no ferrosas, cerámicas, vidrios, polímeros, materiales compuestos y semiconductores.

NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN (5379)

En la asignatura se transmitirán conocimientos y experiencias sobre el diseño, interpretación y aplicación de normas técnicas y normas de gestión. Se describirán los procesos de elaboración de las normas técnicas nacionales e internacionales, los procesos de certificación de productos y de procesos, el diseño y el desarrollo de la documentación de los sistemas de gestión, las auditorías de gestión, la certificación de calidad y de metrología. Se impartirán los conceptos de gestión integral y el enfoque de procesos.

SISTEMA DE ACARREO DE MATERIALES (5380)

La presente asignatura constituye uno de los aspectos más importantes en la integración de una fábrica nueva o en la modificación de una que ya existe, siendo por lo tanto fundamental en la formación del ingeniero industrial, desarrolla temas sobre: Tipos de equipo de manejo de material. Grados de mecanización, principios y costos. Análisis de un sistema ya existente de manejo de material y diseño de uno nuevo. Comprende asimismo las funciones, operaciones y métodos del almacenamiento de materias primas/productos.

TECNOLOGÍA DE ALIMENTOS (5278)

En esta asignatura se estudian las operaciones y procesos unitarios más importantes que intervienen en el procesamiento industrial de los alimentos y el orden de su intervención para la elaboración de un producto final específico.

Se relacionan todos los conceptos teóricos con experiencias prácticas, principalmente en los procesos de conservación de los alimentos.

Se pone especial interés en los efectos negativos que se pueden ocasionar en las propiedades nutritivas y en las características organolépticas de los alimentos durante su procesamiento.

GESTIÓN DE SERVICIOS (5624)

La asignatura comprende la utilización de la mayoría de las herramientas de ingeniería industrial aplicadas a las empresas de servicios, con énfasis en procesos, soporte físico, desarrollo de redes, localización, calidad, capacidad, tecnología y productividad.

Dentro de la formación integral del estudiante como ingeniero industrial, debe visualizar la realidad de las empresas de servicios y comprender las diferencias con las empresas de manufactura de bienes, de tal forma que pueda aplicar en forma correcta todos los conocimientos aprendidos en su carrera.

6100 DERECHO**TUTELA DEL CONSUMIDOR (7256)**

El presente curso presenta a los alumnos la problemática derivada de la protección de los consumidores, teniendo en cuenta las relaciones asimétricas en que los sitúa la actual economía de mercado: asimetría informativa, económica y jurídica, frente a las Empresas (proveedores).

Estas situaciones se pueden traducir en “fallas” que generan ineficiencias en el mercado. El rol del derecho es regular estas fallas para reducir su incidencia o sus costos en la existencia de transacciones eficientes, lo cual permitirá a todos los agentes económicos y, en particular, a los consumidores, satisfacer óptimamente sus intereses.

De ahí la necesidad de estudiar esta materia de modo integral, a través de la legislación vinculada al Derecho de la Competencia y, en especial, a la Protección del Consumidor.

CONTRATACIÓN INTERNACIONAL (7144)

El presente curso tiene por objeto lograr que los estudiantes culminen su carrera teniendo un entendimiento global del Derecho.

Para tal efecto se analizará el bagaje conceptual que traen los alumnos sobre contratación internacional, y se les introducirá al marco doctrinal del Derecho Internacional Privado.

En este curso se enseña, en su primera mitad, los aspectos generales del Derecho del Comercio Internacional, con énfasis en el contrato internacional de compra-venta y sus principales cláusulas; y en la segunda, las principales modalidades de contratos utilizados en las contrataciones internacionales, así como la forma de redactar estos contratos internacionales. Asimismo, se hará una introducción al tema de los medios alternativos de solución de controversias en el ámbito internacional.

El curso es eminentemente teórico y tiene un propósito formativo.

NEGOCIACIÓN (7351)

El curso busca capacitar al estudiante, para que en la vida profesional pueda impulsar negociaciones entre dos o más partes, centralizando la idea de que una de las labores del abogado involucra el tener que persuadir a las personas sobre una determinada posición.

El curso se orientará a colocar a los alumnos ante diversas situaciones de negociación que lo prepararán para mejorar sus técnicas respectivas y ser más eficaces en su vida profesional.

ARBITRAJE (7262)

El curso brindará un análisis del conflicto para averiguar sobre sus componentes, sus características, su tratamiento y sus diversas formas de gestión, y desarrollará aspectos teóricos, normativos y prácticos sobre el arbitraje en el ámbito doméstico y el ámbito internacional. Asimismo, establecerá las diferencias existentes entre la solución arbitral y la judicial, sus ventajas y desventajas, así como las características en el comercio internacional.

El desarrollo del curso concatenará lecturas que permitan a los alumnos tener una aproximación teórica a cada uno de los temas, análisis de la Ley General de Arbitraje, de la Convención de Nueva York, de la Convención de Panamá y la Ley Modelo Uncitral; discusión sobre decisiones judiciales específicas y análisis de casos simulados y reales para un mejor afianzamiento de los conocimientos y aplicación de normas.

TRIBUTACIÓN INTERNACIONAL (7358)

El propósito de la asignatura es dar una visión global de los principios que informan la tributación internacional y cómo se aplican en la práctica, tanto con convenios de doble imposición como sin ellos, en casos de inversiones, préstamos, transferencias de tecnología y servicios “cross border”. Para ello se analizará las transacciones “inbound” (empresas extranjeras que operan o invierten en el Perú)

reguladas en nuestra legislación, así como las operaciones “outbound” (empresa domiciliada en el Perú que operan o invierten en el extranjero) analizando los efectos de las deficiencias regulatorias actuales. El estudiante se familiarizará además con conceptos tales como precios de transferencia, treaty shopping, triangulación, tax sparing, así como con los modelos de convenios para evitar la doble imposición, especialmente con el modelo de la OECD y el modelo del Pacto Andino.

FINANZAS CORPORATIVAS (2686)

Esta asignatura está dedicada al estudio y análisis de los problemas legales relacionados con las transacciones financieras que realizan las sociedades anónimas en el mercado. En su primera parte, la asignatura trata sobre conceptos introductorios de economía financiera, para luego pasar a enfocar tres grandes temas dominantes: el financiamiento vía deuda, el financiamiento vía capital y fusiones y adquisiciones.

A modo de complemento, la asignatura desarrolla también conceptos introductorios sobre mecanismos de cobertura financiera (hedging) y temas de gobierno corporativo. El desarrollo de los tres temas dominantes se realiza con moderada profundidad, mientras que la presentación de los temas complementarios e introductorios busca únicamente alcanzar el entendimiento general de estos.

Esta asignatura difiere de la asignatura de Finanzas Corporativas ofrecido en una escuela de economía o negocios en el hecho de que su enfoque es principalmente legal y no financiero. Sin embargo, los temas legales serán siempre abordados desde una perspectiva financiera y económica.

FUSIONES Y ADQUISICIONES (7145)

El presente curso tiene por objeto que el alumno obtenga las herramientas conceptuales y prácticas para entender los fenómenos de compras e integraciones empresariales. El curso se divide en cinco grandes rubros: (i) introducción a conceptos económicos, financieros y contables; (ii) reorganizaciones empresariales; (iii) tomas de control; (iv) adquisición de intereses minoritarios; (v) y compra de empresas en concurso. En cada uno de estos rubros, se utilizarán casos prácticos para analizar (a) las razones que motivan las transacciones; (b) la regulación aplicable; (c) tipos y metodologías; (d) la obtención de financiamiento; y (e) los efectos económicos, contables y tributarios producto de tales transacciones.

A lo largo del curso, contaremos con invitados que nos ayuden a desarrollar los distintos temas planteados.

ECONOMÍA Y DERECHO (3060)

El propósito principal del curso de Economía y Derecho es poner al día a los alumnos sobre los avances en este campo y familiarizarlos con las nuevas maneras de enfocar los problemas públicos. Para tal efecto, se estudiará el llamado análisis económico del derecho, centrado, principalmente, en una revisión del derecho civil tradicional para enfocarlo desde esta nueva perspectiva.

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

6500 INGENIERÍA DE SISTEMAS

INGENIERÍA DE PROCESOS (1503)

La asignatura pertenece al área académica de Sistemas de Gestión y es de carácter teórico-práctico. Tiene como objetivos principales brindar al estudiante un enfoque holístico del manejo de procesos tanto a nivel de buenas prácticas, estándares internacionales y aplicación empresarial mediante el uso de técnicas y herramientas para identificar, modelar y proponer mejoras de los procesos de negocio.

La asignatura comprende los siguientes temas: fundamentos, herramientas y estándares de modelamiento de procesos de negocio; revisión de las mejores prácticas de los procesos de negocios, identificación, documentación, definición del ámbito, límites e indicadores de desempeño básicos de los procesos de negocio. Rol de las TI como elemento de apoyo para la gestión de los procesos de negocio.

INGENIERÍA DE SOFTWARE I (1326)

La asignatura pertenece al área de Ingeniería de Software y es de carácter teórico-práctico. En ésta, se instruye al estudiante sobre las primeras fases del ciclo de vida: identificación de requerimientos y análisis, con un amplio nivel de detalle y formalidad. La asignatura comprende los siguientes temas: técnicas, metodologías y herramientas para documentar formalmente los requerimientos identificados, documentación del análisis así como la trazabilidad entre los requerimientos del software y las necesidades de la organización, técnicas básicas de aseguramiento de calidad aplicadas a las fases de requerimientos y análisis e implementación de un proyecto.

SISTEMA DE SOPORTE DE DECISIONES (1524)

La asignatura se inicia con una explicación de cómo participa el concepto de toma de decisiones en el manejo de una empresa, para seguir inmediatamente con la aceptación de los sistemas de soporte de decisiones (SSD) como herramientas computacionales de ayuda en dicha función.

Explica la estructura de un SSD para profundizar luego en sus componentes de datos, modelo cuantitativo e interfaz al usuario. Analiza la relación entre inteligencia computacional y SSD. La parte final se centra en el planeamiento, diseño y desarrollo de un SSD. El alumno construirá un SSD específico. Culmina discutiendo la implantación de un SSD y su enlace al proceso de gestión empresarial mediante los sistemas grupales de decisión, los sistemas de información ejecutivos y los APS (Advanced Planning & Scheduling).

GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN (1495)

La asignatura pertenece al área académica de Infraestructura de TI y es de carácter teórico-práctico. En esta asignatura se desarrollan los principales conceptos de buen gobierno (gobernabilidad) de las tecnologías de la información (TI). Se estudia el ciclo de vida de TI, se evalúan y plantean mejoras a los procesos de TI que dan soporte a los procesos de negocio, creando valor para la organización. Se presenta un mapa de ruta para la implantación de Gobierno de TI en las organizaciones. Se utilizan las herramientas de software pertinentes para el desarrollo de talleres de solución de casos. Se utiliza el marco de trabajo (Framework) COBIT y un conjunto de herramientas de soporte que permitan el alineamiento estratégico, el incremento de valor, la administración del riesgo, la administración de recursos y el establecimiento de medidas de performance, cuando se implantan soluciones de TI en las organizaciones. Se brindan los conocimientos básicos necesarios en caso de que el estudiante decida rendir un examen de certificación internacional.

PLANEAMIENTO DE REDES TELEMÁTICAS (1515)

La asignatura pertenece al área académica de Infraestructura de TI y es de carácter teórico-práctico. En esta, se presentan y describen modelos y metodologías probadas como soporte al ciclo de vida de las redes empresariales, cumpliendo con los requerimientos técnicos y de negocio de las organizaciones, y en donde el análisis de tráfico y el planeamiento de la capacidad es un tema fundamental. Empleo de herramientas de software de alto nivel para la simulación de las redes diseñadas en el marco de un proyecto de aplicación específica. La asignatura trata los siguientes temas: metodología general de diseño de redes corporativas, procesos, herramientas analíticas y técnicas de simulación, para el análisis de tráfico de la red. Uso de marcos de trabajo y modelos de arquitectura que facilitan el diseño de la red empresarial, mediante la utilización de bloques de construcción que cumplan con los requerimientos de funcionalidad, capacidad, desempeño, disponibilidad, escalabilidad y seguridad, conforme a las necesidades del negocio. Pruebas y documentación del diseño. Criterios para una adecuada

implementación. Estrategias para la gestión de redes corporativas y utilización de herramientas que le den soporte.

ARQUITECTURA EMPRESARIAL (1435)

La asignatura pertenece al área académica de Sistemas de Gestión y es de carácter teórico-práctico. En ésta, se imparten conocimientos y se enseñan metodologías y herramientas necesarias para tener una visión estructurada e integrada de la organización que le permitirá establecer la relación entre los objetivos de la misma y los sistemas de información para una mejor toma de decisiones a nivel táctico y estratégico, debidamente sustentadas y documentadas; reduciendo el tiempo, priorizando inversiones en TI y asegurando el alineamiento con las metas y objetivos de la organización.

La asignatura abarca los siguientes temas: conocimientos sobre gobierno empresarial, marcos de trabajo para el modelamiento e implementación de arquitecturas empresariales, elaboración de las vistas actuales y futuras de los procesos. Estrategias y recursos, planificación, migración y gestión de las arquitecturas empresariales de las organizaciones.