

**PROGRAMA INTERCAMBIO ACADEMICO ESTUDIANTIL DEL CONSORCIO DE UNIVERSIDADES
ASIGNATURAS ULIMA OFRECIDAS PARA EL CONSORCIO
2011-2**

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

5001 PSICOLOGÍA

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.

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.

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.

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.

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.

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.

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

5200 ADMINISTRACIÓN

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.

SELECCIÓN, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PERSONAL (2376)

La asignatura de Selección, Gestión y Evaluación de Personal, es teórico – práctica y tiene como propósito presentar los conocimientos necesarios para desarrollar estrategias y políticas de Reclutamiento, Selección, Evaluación y Gestión del desempeño, alineadas con los objetivos y estrategias organizacionales. Así como los métodos, técnicas y procedimientos requeridos en estos procesos para una gestión competitiva de recursos humanos. Sus principales temas son: Modelo sistémico de la gestión de personas, Planeamiento de recursos humanos, análisis, descripción de puestos y perfiles. Reclutamiento, Estrategias de e-recruiting. Selección y gestión por competencias. Técnicas de selección. Evaluación del desempeño, proceso de evaluación. Técnicas de evaluación tradicionales, por rendimiento y competencias. Gestión del desempeño. Evaluación de 360°. Retroalimentación. Relación de la evaluación del desempeño con la gestión del desarrollo.

CAPACITACIÓN Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS (2292)

La asignatura de Capacitación y Desarrollo de Recursos Humanos presenta los alcances del sub-sistema de Capacitación y Desarrollo de Personal dentro del contexto de la Administración de Recursos Humanos. Sus principales temas son: La función de capacitación y desarrollo de recursos humanos, La capacitación, Principios de la capacitación, El plan anual de capacitación, La metodología de capacitación, La capacitación y las fases de carrera, Evaluación de la capacitación, El desarrollo de recursos humanos, La planeación de la carrera, Principales etapas de la carrera, Movilidad ascendente, Movilidad horizontal, Principales problemas en la gestión de la carrera, Administración de los procesos de salida.

GESTIÓN LOGÍSTICA INTERNACIONAL (2318)

La asignatura de Gestión Logística Internacional presenta las diferentes modalidades de transporte, distribución y almacenaje internacional disponibles, el manejo de costos de la cadena de distribución internacional, las capacidades de comunicación con los diferentes operadores de servicios en el comercio internacional y los diferentes tipos de negociaciones a la hora de decidir un servicio logístico. Sus principales temas son: Logística y la cadena total de abastecimiento, Estrategia y planeación de la logística y de la cadena total de abastecimiento, Manejo de operadores logísticos, Logística de Importación, Exportación y de distribución Internacional; así como, Logística Inversa. Por otro lado se abordaran las Tecnologías de la Información aplicables a la Logística Internacional, Criterios de selección de medios de transporte, Envases, embalajes y contenedores, Costes y seguros, Control de la logística y de la cadena de suministro, Para finalizar se desarrollará sobre el Futuro de los Negocios Internacionales.

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.

GESTIÓN DEL SERVICIO (2372)

Esta asignatura trata sobre la aplicación de temas del Área de las Operaciones en las empresas de servicios: los sistemas, tecnología de información, procesos, localización, capacidad, productividad y sistemas de calidad total. Sus principales temas son: El rol de los servicios.- La naturaleza de los servicios.- Estrategia de servicios.- La Comunicación en la Empresa de Servicios.- La Mercadotecnia Interna.- Desarrollo de nuevos servicios.-El encuentro de servicio.- Calidad del servicio.- E - service.- Las instalaciones de soporte.- Gestión del suministro y la demanda.- Gestión de líneas de espera.- Gestión de relaciones de suministro de servicios.- Mejoramiento de la calidad y productividad.- Crecimiento y globalización de los servicios.

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

5205 MARKETING

GESTIÓN DE PRODUCTO Y MARCA (2443)

La asignatura abarca lo relacionado con la primera variable controlable del marketing: el producto, y su principal atributo: la marca. Tiene como requisito Fundamentos de Marketing y como asignaturas posteriores las relacionadas con las otras tres variables controlables: precio, canal de distribución (plaza) y comunicación (promoción).

Los temas que abarca la asignatura comprenden: Principal atributo del producto: la marca. Marca y estrategia empresarial; Brand Equity: conceptos y cálculo; marca: identidad, arquitectura y construcción; marcas de servicios; marca – país; Co-branding; ciclo de vida del Producto; otros atributos del producto: envase y embalaje, etiqueta; administración de la cartera de productos: análisis, estrategias, gestión, modificación y eliminación; lanzamiento de nuevos productos. También se analizarán diversas formas de franquicias.

PUBLICIDAD Y MEDIOS (2444)

La asignatura de Publicidad y Medios presenta la comunicación publicitaria, de vital importancia para lograr actitudes positivas hacia la marca y estimular la demanda de las marcas. Además ofrece elementos de análisis, dirección y control para la ejecución de los Mensajes y de los Medios de comunicación. Comprende temas como: principios, comunicación; investigación y comportamiento del consumidor; estrategias, objetivos de la comunicación; identificación del público meta; posicionamiento, Mix de Comunicaciones: publicidad, ATL y BTL; marketing directo, selección de medios de comunicación; campaña publicitaria; presupuesto, cronograma; agencias de publicidad; brief; diseño el mensaje; artes; centrales de medios; plan de medios; evaluación; aspectos éticos y legales.

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

LEGISLACIÓN TRIBUTARIA (7289)

A través del presente curso se pretende dar un alcance global de los principios generales, instituciones y normas del ordenamiento jurídico - tributario de nuestro país, para poder analizar los principales impuestos de nuestro sistema tributario como son los Impuesto a la Renta e Impuesto General a las Ventas. Los principales temas de la asignatura son: Los Tributos, conceptos generales. Impuesto a la Renta, conceptos generales. Criterios de Vinculación. Categorías de Rentas. Impuesto a la renta de personas naturales y jurídicas. Impuesto al Consumo. Técnicas de Imposición al Valor Agregado. Exoneraciones e Inafectaciones. Base Imponible y Tasa del Impuesto. Crédito Fiscal. Importación de Bienes y Servicios. Impuesto Selectivo al Consumo y Régimen de comprobantes de pago. El desarrollo de la asignatura será complementada con casos prácticos de actualidad, poniéndose énfasis en el fundamento jurídico y económico de los tributos analizados.

FINANZAS INTERNACIONALES (3179)]

El sistema financiero internacional se ha visto expuesto a distintas crisis financieras, las mismas que han tenido un profundo impacto, en variables como los tipos de cambio y las tasas de interés y una significativa incidencia sobre los flujos de capitales. La asignatura desarrolla como principales temas: Estudios de los principales mercados financieros internacionales desde la perspectiva de una empresa que opera en el mercado local. Cuantificación de las variables como el tipo de cambio y la tasa de interés. Utilización de productos financieros como los Swaps, Forwards, futuros y opciones, utilizados para formular políticas de riesgos. Comprende adicionalmente el costo global de capital y las estrategias para la inversión extranjera. Conceptos sobre planificación tributaria internacional y evaluación de proyectos internacionales.

COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL (3052)

En la asignatura se presenta a los principales actores del comercio mundial y se revisa las principales normas de la Organización Mundial de Comercio (OMC). A lo largo de la asignatura se analiza los diferentes temas del ámbito del comercio internacional y se relaciona a los alumnos con la Economía Global. Los principales temas a tratar son: Gestión del comercio exterior peruano de exportación e importación. Oferta exportable peruana, negociación internacional, medios de pago y riesgos de incumplimiento. Cadena de distribución física internacional. Procedimientos para realizar exportaciones e importaciones y trámites aduaneros del comercio exterior.

EMPRENDIMIENTO (3583)

La asignatura pretende que el alumno conozca las competencias propias del empresario emprendedor y aprenda a desarrollar inicialmente una idea de negocio para después armar en un plan de negocios que haga viable y exitosa la idea inicial. La asignatura representa además una integración de los conocimientos, habilidades y herramientas adquiridos durante la carrera universitaria y pone de manifiesto la interrelación existente entre las decisiones empresariales que afectan a distintos aspectos funcionales de la empresa.

FACULTAD DE ECONOMÍA

5306 NEGOCIOS INTERNACIONALES

MARCO LEGAL DEL COMERCIO INTERNACIONAL (7408)

La globalización de las economías conlleva el establecimiento de reglas universales que conforman el marco legal del comercio internacional para los negocios internacionales. Así, la asignatura aborda los antecedentes históricos del sistema multilateral del comercio hasta llegar al marco legal del comercio internacional aplicado en la actualidad. El enfoque del curso va de lo general a lo específico, y, en este sentido, se estudian los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio, dando una visión multilateral de la temática; así como el marco legal regional, subregional y bilateral incluyendo los tratados de libre comercio o acuerdos similares. El curso también aborda regulaciones específicas de los principales mercados de exportación de nuestro país y temas que en el futuro podrían incorporarse al marco legal del comercio internacional. Finalmente se desarrollan las normas nacionales más importantes que forman parte del marco legal del comercio exterior del Perú.

FACULTAD DE ECONOMÍA

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

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR (8123)

La asignatura estudia la conducta del consumidor como base para una acertada toma de decisiones en el marketing y la comunicación de las empresas. En este contexto, se plantean los conceptos que permiten analizar y evaluar desde una perspectiva múltiple e integral, los factores o variables que intervienen en el comportamiento de individuos y organizaciones en el mercado. Se pone énfasis en el estudio de casos y situaciones de la realidad comercial peruana.

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.

GENEROS 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.

PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL (8318)

Luego de ofrecer un marco global del proceso de producción de un proyecto audiovisual, la asignatura capacita al alumno en las herramientas necesarias para la planificación, organización, financiación y distribución de productos audiovisuales. De este modo, proporciona los elementos necesarios para analizar, juzgar y tomar decisiones en el ámbito de la producción audiovisual.

ESTRATEGIA DE MEDIOS (8316)

La asignatura presenta las características de los diferentes medios explicando su utilización estratégica dentro de una campaña comunicacional. No sólo se consideran los medios masivos sino también los directos y los no convencionales. Se capacita al alumno para la identificación, selección, análisis, planificación y evaluación de medios publicitarios con criterios de maximización de presupuestos y en función de diferentes tipos de anunciantes, grupos-objetivo y situaciones de mercado.

HISTORIA Y ESTETICA 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.

PLANEAMIENTO PUBLICITARIO (8292)

La asignatura pretende introducir al alumno en el mundo del planeamiento estratégico, específicamente focalizado en la publicidad. Explora la creatividad del alumno para la investigación, análisis e identificación de oportunidades con vistas al desarrollo de campañas de publicidad. A lo largo de la asignatura se revisan conceptos y estructuras teóricas que permiten el desarrollo de esquemas de planeamiento para cualquier producto. La metodología se basa en una interacción eminentemente práctica sobre la base de casos históricos reales y de algunas situaciones del mercado que se presenten durante la asignatura, que ameriten su análisis.

CINE PERUANO Y LATINOAMERICANO (8326)

Esta asignatura reflexiona y discute los límites y posibilidades de la cinematografía en el Perú a la luz de su evolución a través del reconocimiento de las más importantes películas que se han realizado en el curso de su historia. Además, se analiza y entiende nuestro cine en el horizonte de la producción cinematográfica de América Latina, atendiendo al examen de las condiciones económicas, tecnológicas y expresivas que determinan el desarrollo de la actividad fílmica tanto en el país como en los países de la región.

FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

5600 INGENIERÍA 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.

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.

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.

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.

FACULTAD DE DERECHO

6100 DERECHO

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.

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.

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.

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.

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.

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.

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.

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

6500 INGENIERÍA DE SISTEMAS

INGENIERÍA DE PROCESOS (1503)

La asignatura comienza con la explicación del concepto proceso, se profundiza en la comprensión del proceso como forma fundamental del comportamiento humano. Se detalla en los elementos de un proceso y en la forma de su representación. Se introduce en el uso de software para la ayuda de estas representaciones. Se explica la creación de sistemas y subsistemas mediante el encadenamiento de procesos. Se modela la empresa como un sistema de procesos encadenados. Se analizan sus principales subsistemas. Por último, se relaciona el modelo con las variables tiempo y costo para explicar el sentido de la empresa en plena ejecución.

INGENIERÍA DE SOFTWARE I (1326)

Esta asignatura permite visualizar al software como un producto a través del estudio de su ciclo de vida. Las etapas que se tocarán en este curso corresponderán al reconocimiento de requerimientos y análisis del software utilizando para ello algún método orientado a objetos y un conjunto de herramientas que

permitan manejar los requerimientos y permitir el modelado y documentación de las actividades del análisis.

SISTEMAS 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)

El presente curso desarrolla los principales conceptos de la gestión de tecnologías de información que permitan alinear las estrategias de tecnologías de información con la estrategia empresarial. Permite evaluar y plantear mejoras a los procesos de la empresa mediante el uso de las tecnologías de información creando valor y además como herramienta de competitividad, de tal forma que permita liderar el cambio organizacional impulsado por la tecnología de información.

Utiliza marcos de referencia y un conjunto de herramientas de soporte para las Tecnologías de Información aceptadas en el mercado internacional y nacional, permitiendo el alineamiento estratégico, el incremento de valor, la administración del riesgo, la administración de recursos y el establecimiento de medidas de performance.

PLANEAMIENTO DE REDES TELEMÁTICAS (1515)

Esta asignatura se desarrolla en base a un modelo para elaborar proyectos de redes corporativas por etapas, donde es fundamental el análisis de tráfico y el planeamiento de la capacidad de redes telemáticas. Se revisan métodos para calcular el volumen de datos: paquetes – tramas – celdas. Estimación de retardos, índices de utilización y capacidad, según el tipo de datos – voz, texto, multimedia -; y de la plataforma de conectividad (nodos LAN, interfaces de acceso a redes WAN, backbone local). Rendimiento: tiempo de acceso, de procesamiento, de retardo en la transmisión. Confiabilidad y disponibilidad. Crecimiento futuro. Criterios para una adecuada implantación. Estrategias para la gestión de redes corporativas. Se usan herramientas software para la planificación y diseño de redes. Empleo de herramientas software de alto nivel para la simulación de las redes diseñadas en el marco de un proyecto de aplicación específica.

SISTEMAS DE INTEGRACIÓN EMPRESARIAL (1522)

Empieza revisando los principios básicos del modelamiento e integración empresarial. Se discute la necesidad de la integración, el rol del modelamiento en la integración, los objetivos de una integración y los productos potenciales. Se revisan las definiciones básicas y se introducen las principales arquitecturas de modelamiento e integración: CIMOSA, ISO, PERA, ARIS y GERAM. Se profundizan en los conceptos del modelamiento empresarial revisando los aspectos funcionales de información, de recursos y organizativos. Se comparan las distintas herramientas de modelamiento para centrarse en el uso de una de ellas. Se culmina con el proyecto de integración revisando los principios, arquitecturas e infraestructura correspondientes.