

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Entorno Económico y Empresarial

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	I
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Entorno Económico y Empresarial
TIPOLOGÍA	Obligatoria
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	3
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	3
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	6
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	9

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para comprender y aplicar los principios económicos y empresariales en un contexto global y dinámico, permitiéndoles tomar decisiones estratégicas informadas y eficaces en la alta gerencia de organizaciones.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca conceptos claves de la economía, desde los principios básicos hasta las complejidades de la macroeconomía y la globalización, permitiéndoles analizar y comprender problemas económicos contemporáneos y su influencia en la toma de decisiones empresariales.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. Conceptos básicos de economía. Los sistemas económicos. Introducción a la economía de mercado. Principios económicos. La economía objetiva y subjetiva. Normativa y positiva. Política económica y economía política.

MICROECONOMÍA. Teoría de la demanda de productos. Teoría de la oferta de productos. El equilibrio del mercado de productos. Las fallas del mercado de productos. Teoría microeconómica en otros mercados: mercado laboral y mercado de dinero.

MACROECONOMÍA. Teoría de la oferta agregada. Teoría de la demanda agregada. El equilibrio macroeconómico. Problemas macroeconómicos y políticas asociadas.

GLOBALIZACIÓN Y PROBLEMAS DEL ENTORNO ACTUAL. La globalización. Nuevos bloques de integración. Problemas ambientales y sostenibilidad. Economía sustentable. Tendencias actuales en el entorno económico.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender los conceptos fundamentales de economía, distinguiendo entre la economía objetiva y subjetiva.

RA2. Analizar el comportamiento de los agentes económicos individuales, aplicando la teoría de la demanda y la oferta en diversos mercados.

RA3. Evaluar problemas macroeconómicos en base a los conceptos de economía en su conjunto, incluyendo la oferta y la demanda agregadas.

RA4. Utilizar el concepto de globalización y sus implicaciones económicas, abordando los desafíos ambientales y la sostenibilidad en la toma de decisiones económicas.

BIBLIOGRAFÍA

Samuelson, P. & Nordhaus, W. (2020). Economía. Editorial McGraw Hill.

Pindyck, R. & Rubinfeld, D..(2017). Microeconomía. Editorial Pearson.

Blanchard, O. & Johnson, D. (2019). Macroeconomía. Editorial Pearson.

Colander, D. (2018). Economía de la globalización. Editorial McGraw Hill.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Direccionamiento Estratégico

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	I
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Direccionamiento Estratégico
TIPOLOGÍA	Obligatoria
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	3
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	3
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	6
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	9

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes en el ámbito de la dirección estratégica y sus aplicaciones en el contexto empresarial actual generando insumos fundamentales para una efectiva gestión estratégica en organizaciones.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca desde el diagnóstico estratégico hasta la formulación de estrategias y la implantación. La asignatura combina teoría y práctica, alentando a los estudiantes a aplicar herramientas modernas de planificación estratégica.

CONTENIDO

IMPORTANCIA DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. Contexto empresarial actual y conceptos básicos. Diferencia entre planeamiento y planeamiento estratégico. El planeamiento en la empresa y metodología de planeamiento estratégico. Importancia del planeamiento estratégico.

DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO. Diagnóstico estratégico: el macroentorno. Diagnóstico estratégico: el microentorno. Matriz evaluación de factores externos. Matriz evaluación de factores internos. Planeamiento estratégico aplicado: estrategias empresariales básicas.

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO. Construcción de la misión. Construcción de la visión. Valores de la sociedad y de la empresa. El desarrollo empresarial.

FORMULACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS. Formulación de alternativas estratégicas y análisis matricial. Evaluación y selección de estrategias.

IMPLANTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO. Implantación de la estrategia. De la estrategia a la acción. Monitoreo estratégico e introducción al cuadro de mando integral.

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO APLICADO. Implementación de un sistema de planeamiento. Mapa estratégico y propuesta de valor. Planeamiento estratégico corporativo. Presentación de los planes estratégicos.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Aplicar la metodología de planeación estratégica y reconocer su importancia para el éxito empresarial.

RA2. Utilizar las matrices de evaluación de factores externos y evaluación de factores internos para identificar estrategias empresariales básicas.

RA3. Construir la misión y visión de la empresa, definiendo los valores fundamentales y cómo el desarrollo empresarial se integra en la estrategia general de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

Blokdyk, G. (2020). Strategic direction: a complete guide. Editorial Emereo Pty Limited.

Joyanes, L. (2012). Computación en la nube: estrategias del cloud computing en las empresas. Editorial Alfaomega.

Placencia, Z. (2013). Introducción a la informática. 1ra ed. Editorial Anaya Multimedia.

Rojas, A. (2016). Microsoft Office: infobásica. Editorial Panamericana.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo

de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Gerencia del Marketing

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	I
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Gerencia del Marketing
TIPOLOGÍA	Obligatoria
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	3
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	3
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	6
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	9

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para operacionalizar estrategias de marketing a través de canales de distribución y posicionar marcas con éxito.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca estrategias efectivas de marketing, técnicas exitosas para posicionar marcas y habilidades para operacionalizar estrategias a través de canales de distribución.

CONTENIDO

TENDENCIAS ACTUALES EN MARKETING. Introducción a las tendencias más recientes en el mundo del marketing. Análisis de la concentración de mercado y estrategias para segmentar clientes. Gerencia de marcas y cómo crear marcas sólidas. Saturación de mercado. Mercados emergentes. Escuelas de pensamiento del marketing y sus enfoques.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TOMA DE DECISIONES. Investigación de mercados en la toma de decisiones estratégicas. Estudios cualitativos en la gerencia de marcas y la toma de decisiones de marketing. Estudios cuantitativos en la formulación de estrategias de marketing.

ESTRATEGIAS DE MARKETING Y ENTORNO EMPRESARIAL. Entorno del marketing e impacto en las estrategias empresariales. Enfoque estratégico en la gestión del portafolio de productos y servicios. Desarrollo y ejecución de programas de marketing efectivo.

OPERACIONALIZACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING. Canal de distribución en la implementación de estrategias. Posicionamiento de marcas.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA31 Comprender el entorno del marketing y su impacto en las estrategias empresariales.

RA2. Emplear estudios cualitativos y cuantitativos de mercado en la toma de decisiones y en la formulación de estrategias de marketing.

RA3. Analizar e implementar las tendencias más recientes en marketing, tales como la digitalización, la personalización y las estrategias de segmentación de clientes.

RA4. Aplicar estrategias para el posicionamiento efectivo de marcas en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Deiss, R. & Henneberry, R. (2020). Digital marketing for dummies. Editorial For Dummies.

Malhotra, N. & Birks, D. (2022). Marketing research: an applied orientation. 8va ed. Editorial Pearson.

Kotler, P., Keller, K. & Chernev, A. (2021). Marketing management. 16va ed. Editorial Pearson.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Habilidades Gerenciales

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	I
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Habilidades Gerenciales
TIPOLOGÍA	Obligatoria
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	3
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	3
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	6
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	9

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes de liderazgo, comunicación efectiva, ética y gestión en entornos públicos y privados con el fin de prepararlos para resolver situaciones complejas en diversas áreas de una organización.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca aspectos relacionados con el liderazgo, la comunicación efectiva, la ética, la motivación y la gestión, en entornos tanto públicos como privados, con un enfoque en la interacción con la comunidad.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS DEL LIDERAZGO Y HABILIDADES PERSONALES. Evolución del concepto de liderazgo y enfoques de investigación. Comunicación, motivación y liderazgo situacional de Ken Blanchard. Liderazgo y equipos efectivos. Competencias del líder efectivo. Liderazgo ético. Cambio personal y organizacional.

HABILIDADES INTERPERSONALES Y DE GRUPO. Habilidades personales. Desarrollo de la autoconfianza y autoconocimiento. Resolución de problemas y comunicación asertiva. Ganando poder, liderazgo e influencia. Construcción de equipos de alto rendimiento. Liderando el cambio positivo, entrevistas efectivas y habilidades de presentación.

HABILIDADES DE DIRECCIÓN Y ESTILO DE LIDERAZGO. La función directiva y la naturaleza del poder. Elementos de dirección y medios de dirección. Perfil del líder efectivo, competencias y habilidades. Tipos de habilidades blandas y habilidades requeridas en el mercado laboral.

INTELIGENCIA EMOCIONAL Y HABILIDADES CONCEPTUALES. Concepto de habilidades gerenciales y la función directiva. Autoridad, poder y la naturaleza del poder. Tipos de habilidades y habilidades blandas. Inteligencia emocional, inteligencia interpersonal y autogestión.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender la función directiva y la naturaleza del poder en las organizaciones.

RA2. Implementar el liderazgo efectivo y la comunicación asertiva.

RA3. Potenciar la inteligencia emocional a través de las habilidades interpersonales y autogestión en situaciones de liderazgo.

BIBLIOGRAFÍA

Anzorena, O. (2019). Líder-coach: un modelo para el liderazgo y el coaching organizacional. Editorial Granica.

Arroyo, R. (2022). Habilidades gerenciales: desarrollo de destrezas, competencias y actitud. 3ra ed. Editorial Ecoe Ediciones.

Maldonado, J. (2019). Habilidades gerenciales: visión globalizada del proceso administrativo. Editorial Ediciones de la U.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una

evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Electiva de Profundización I

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	I
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Electiva de Profundización I - Gestión de la innovación
TIPOLOGÍA	Electiva
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	2
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	2
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	4
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	6

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para optimizar los recursos organizacionales, impulsar la creación de nuevos conocimientos, ideas innovadoras y el desarrollo de productos, procesos y servicios.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca una perspectiva sobre la importancia de que las empresas inviertan tiempo en definir un modelo para el proceso de innovación. Prepara a los profesionales para impulsar a las empresas a identificar sus ventajas competitivas y definir las fases y actividades a desarrollar como una estrategia de estabilidad y crecimiento.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS DE LA INNOVACIÓN. Introducción a la innovación y su naturaleza. La innovación como proceso estratégico. La innovación en la organización. Fuentes de innovación: marketing, usuarios, diseño, redes, ciencia y tecnología. Medición de la innovación. El proceso estratégico de innovación.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA. Paradigmas y disrupción de la tecnología en la sociedad. Tendencia tecnológica en la sociedad actual. Transformación digital como factor crítico de la dinámica y sinergia de la capacidad innovadora empresarial. Innovación incremental vs. innovación radical. Casos de estudio de modelos de innovación.

ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN. Análisis y tendencias de innovación. Conocimiento e inteligencia creativa como generadora de valor. Planteamiento de la innovación empresarial. Vigilancia tecnológica, benchmarking e inteligencia competitiva. Estrategia océano azul. Principios básicos de la estrategia océano azul.

INNOVACIÓN EN MERCADOS EMERGENTES. Parámetros culturales. Concepto de empresa emergente. Importancia de la empresa emergente. Características que debe reunir las empresas emergentes. Beneficios que ofrecen las empresas emergentes en el entorno empresarial.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender los conceptos básicos de la innovación y su aplicación estratégica en organizaciones.

RA2. Comprender la cultura empresarial y las características de las empresas emergentes.

RA3. Analizar las tendencias tecnológicas y la influencia de la transformación digital en la innovación.

RA4. Aplicar la inteligencia creativa y las estrategias de innovación empresarial basados en la vigilancia tecnológica y el benchmarking.

BIBLIOGRAFÍA

Días, D. et al. (2019). Impacto de la innovación y la gestión de las organizaciones. Editorial UNAD.

Fernández, I. & Castro, E. (2020). La innovación y sus protagonistas. Editorial Los Libros de La Catarata.

Mohr, J., Sengupta, S. & Slater, S. (2010). Marketing of high-technology: products and innovations. Editorial Prentice Hall.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo

de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Electiva de Profundización I

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	I
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Electiva de Profundización I - Gestión del conocimiento
TIPOLOGÍA	Electiva
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	2
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	2
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	4
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	6

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para comprender y aplicar eficazmente la gestión del conocimiento en organizaciones, promoviendo la creación, captura, compartición y enriquecimiento del conocimiento. Además, los estudiantes estarán preparados para identificar y utilizar herramientas tecnológicas que faciliten la gestión del conocimiento y contribuyan al éxito organizacional.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca la gestión del conocimiento en el contexto organizacional, la creación de conocimiento organizacional, el capital intelectual, la estructura organizacional y el uso de herramientas tecnológicas para la gestión del conocimiento.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO. Sociedad de la Información - conocimiento: conceptos, características, fundamentos y perspectivas de desarrollo. La gestión del conocimiento: definiciones, paradigmas, objetivos, procesos y estado actual.

ESTRUCTURA Y CAMBIO ORGANIZACIONAL. La creación del conocimiento organizacional: teoría y práctica. El capital intelectual. Introducción, modelos de capital intelectual, indicadores y criterios de medición. Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional.

TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO. Representación del conocimiento. Herramientas tecnológicas para la gestión del conocimiento.

CASOS DE APLICACIÓN DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO. Modelos de implantación en empresas.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender los conceptos fundamentales de la gestión del conocimiento y su importancia en la sociedad de la información.

RA2. Comprender cómo la gestión del conocimiento puede impulsar el cambio y la mejora en una organización.

RA3. Conocer las herramientas tecnológicas disponibles para la gestión del conocimiento.

RA4. Analizar casos reales de implementación de la gestión del conocimiento en diferentes contextos.

BIBLIOGRAFÍA

Chen, J. & Nonaka, I. (2022). The routledge companion to knowledge management. 1ra ed. Editorial Routledge.

Pasher, E. & Ronen, T. (2011). The complete guide to knowledge management: a strategic plan to leverage your company's intellectual capital. Editorial Wiley.

Weed, B. (2020). Logical knowledge management: a guide to knowledge management in the 21st Century. Editorial Emerald Publishing Limited.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una

evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Gerencia del Talento Humano

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	II
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Gerencia del Talento Humano
TIPOLOGÍA	Obligatoria
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	3
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	3
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	6
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	9

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para abordar de manera efectiva los desafíos actuales y futuros en la administración de personal, asegurando que estén equipados para liderar equipos, fomentar la productividad y promover una cultura de mejora continua en las organizaciones.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca la exploración de teorías y prácticas contemporáneas, reclutamiento, selección, motivación, retención, desarrollo y relaciones laborales; así como los desafíos actuales y futuros en la administración de personal.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Introducción a la administración moderna de personas. La gestión del personal en un ambiente dinámico y competitivo. Objetivos de la administración de recursos humanos. Procesos de la administración de recursos humanos.

ADQUISICIÓN DE TALENTO. Reclutamiento de personal. Selección de personal. Orientación de las personas. Evaluación del desempeño.

MOTIVACIÓN, COMPENSACIÓN Y DESARROLLO. Significado y teorías de motivación. Remuneración. Incentivos y prestaciones. Capacitación y desarrollo de las personas.

RETENCIÓN, SUPERVISIÓN Y FUTURO DE LA ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. Relaciones con los empleados. Salud, seguridad y calidad de vida. Sistemas de información de recursos humanos. El futuro de la gestión de los recursos humanos.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Identificar los conceptos clave de la administración de recursos humanos y su importancia en el entorno empresarial actual.

RA2. Aplicar técnicas efectivas de reclutamiento y selección de personal, considerando la alineación de los candidatos con la cultura y los objetivos de la organización.

RA3. Evaluar las teorías de motivación, estrategias de remuneración y desarrollo que impulsen el compromiso y el crecimiento de los empleados.

RA4. Implementar prácticas de retención de empleados efectivas adaptándolas a las tendencias emergentes de la gestión de recursos humanos.

BIBLIOGRAFÍA

Fernández, F. (2017). Apoyo administrativo a la gestión de recursos humanos.

Chiavenato, I. (2019). Gestión del talento humano. Editorial Pearson.

Dessler, G. (2017). Administración de recursos humanos. Editorial Pearson.

Rothwell, W. & Kazanas, H. (2017). Strategic human resource management. Editorial HRD Press.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una

evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Gerencia Financiera

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	II
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Gerencia Financiera
TIPOLOGÍA	Obligatoria
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	3
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	3
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	6
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	9

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para gestión de recursos financieros, planificación de fuentes de financiamiento a corto y largo plazo, y la toma de decisiones de inversión con el fin de maximizar la competitividad en el mercado y garantizar una pronta recuperación de la inversión.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca las decisiones financieras y su impacto en la valoración de las empresas, integrando la teoría financiera contemporánea con aplicaciones prácticas. Se analizan aspectos como valoración, planificación de inversiones, gestión del riesgo financiero, opciones reales, costo de capital, estructura de capital, fusiones y adquisiciones, así como la gestión de la insolvencia financiera. También se examinan conceptos relacionados con apalancamiento, distribución de utilidades y valoración empresarial.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA FUNCIÓN FINANCIERA EN LA EMPRESA. Síntesis de la administración financiera. El entorno financiero: mercados, instituciones y tasas de interés. Estados financieros, flujos de efectivo e impuestos.

APALANCAMIENTOS ESTRATÉGICOS. Punto de equilibrio operativo y financiero. Apalancamiento operacional. Apalancamiento financiero. Alternativas de financiamiento en Colombia. Estrategias financieras para el manejo de capital de trabajo. Administración de efectivo.

ESTRUCTURA DE CAPITAL Y FUENTES DE FINANCIAMIENTO. Conceptos de la estructura de capital. Fundamentos básicos del costo de capital. Costos de las diferentes fuentes de financiamiento. Decisiones relacionadas con la estructura de capital y la maximización de la riqueza de los accionistas.

EVALUACIÓN FINANCIERA DE PROYECTOS. Flujo de caja del inversionista y del proyecto. Valor presente neto. Tasa interna de retorno. Evaluación financiera de proyectos bajo riesgo.

GERENCIA DEL VALOR. El concepto de utilidades económicas. El valor económico como herramienta para medir el valor. Los creadores de valor y los destructores de valor en una empresa. Modelo de valor económico. Modelos de valoración de empresas. EBITDA y su importancia en las finanzas de la empresa.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender y aplicar de manera efectiva los conceptos esenciales de la administración financiera, incluyendo el análisis del entorno financiero y la interpretación de estados financieros.

RA2. Aplicar estrategias efectivas de apalancamiento operacional y financiero.

RA3. Tomar decisiones informadas sobre la estructura de capital optimizando el valor de la organización.

RA4. Comprender los conceptos relacionados con la elaboración y proyección de los flujos de caja, como soporte fundamental para el proceso de valoración financiera de proyectos.

RA5. Aplicar los conceptos de gerencia del valor y valor económico agregado.

BIBLIOGRAFÍA

Flórez, J. et al. (2022). La gestión financiera y su plan: fundamentos y herramientas apropiadas para la gestión financiera.

Blocher, S. et al. (2008). Administración de costos. 4ta ed. Editorial McGraw Hill.

García, O. (2009). Administración financiera. 4ta ed. Editorial Oscar Leon Garcia.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Gerencia de Procesos y Logística

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	II
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Gerencia de Procesos y Logística
TIPOLOGÍA	Obligatoria
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	3
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	3
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	6
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	9

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para analizar, diseñar, planificar, controlar y mejorar las operaciones en empresas de bienes y servicios, con el objetivo primordial de generar valor organizacional.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca la planificación, programación y control de sistemas de producción de bienes y servicios. Además, se promueve la comprensión de las relaciones estratégicas entre la empresa, su organización, los productos y procesos. Se fomenta un entorno de mejora continua en la creación y perfeccionamiento de productos y servicios.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS DE GERENCIA DE OPERACIONES. Introducción a la gerencia de operaciones. Enfoque jerárquico de la producción. Previsión y técnicas de estimación de la demanda. Planeación agregada y generación del plan maestro de producción. Gestión de materiales y MRP.

CALIDAD Y MEJORAMIENTO DE PROCESOS. Control estadístico de la calidad. Estrategias en la gerencia de operaciones. Diseño y selección de procesos. Distribución de instalaciones y sistemas de trabajo. Manejo de la cadena de suministros.

GESTIÓN POR PROCESOS Y ANÁLISIS DE PROCESOS. Gestión de procesos y enfoque de procesos. Diseño de productos y servicios. Control estadístico de la calidad, gráficos de control P y C. Variables controlables y no controlables.

SIX SIGMA, LEAN MANUFACTURING Y MEJORA CONTINUA. Six Sigma y Lean Manufacturing. Aplicación de herramientas de Six Sigma y Lean. Mejora continua y cierre del curso.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender los conceptos de gerencia de operaciones, previsión de demanda, planificación agregada y gestión de materiales para el desarrollo de planes maestros de producción.

RA2. Comprender la importancia de la gestión de la cadena de suministros en la calidad y eficacia de la producción.

RA3. Utilizar diagramas de flujo, despliegue de la función de calidad y gráficos de proceso para mejorar la eficiencia y calidad de los procesos.

RA4. Aplicar herramientas de Six Sigma y Lean para la mejora continua en organizaciones de producción y servicios.

BIBLIOGRAFÍA

D'Alessio, F. (2017). Administración de las operaciones productivas: conceptos, casos y ejercicios razonados. Editorial Pearson Educación.

Moscoso, P. & Lago, A. (2015). Gestión de operaciones para directivos. Editorial McGraw Hill.

Cuatrecasas, L. (2012). Gestión de la producción. Modelos Lean Management. Editorial Ediciones Díaz de Santos.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Electiva de Profundización II

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	II
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Electiva de Profundización II - Inteligencia de Negocios
TIPOLOGÍA	Electiva
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	2
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	2
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	4
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	6

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para implementar y utilizar soluciones de business intelligence, permitiéndoles tomar decisiones informadas y estratégicas en entornos empresariales.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca las herramientas y conceptos fundamentales para comprender, desarrollar y aplicar soluciones de business intelligence (BI) en entornos empresariales.

CONTENIDO

FUNDAMENTOS DE BUSINESS INTELLIGENCE. Definición de business intelligence. Arquitectura de business intelligence. Modelado dimensional.

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS. Técnicas de análisis de datos cuantitativos. Técnicas de análisis de datos cualitativos. Proceso ETL (Extract, Transform, Load). Aplicaciones para el análisis de datos. Visualización de datos-dashboards.

PLANIFICACIÓN Y MODELADO DE DATOS. Plan de negocios, conceptos y aportes de BI. Innovación para nuevos negocios basados en datos y analytics. Tendencias y nuevos modelos de negocios basados en datos. Generar información a partir de los datos–predictibilidad.

APLICACIONES DE BUSINESS INTELLIGENCE. Modelo de negocios aplicados a empresas. Prácticas avanzadas de visualización de datos en SAP Lumira, Tableau y Power BI.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender los conceptos y terminologías esenciales de business intelligence en las organizaciones.

RA2. Utilizar las herramientas de power BI y tableau para la creación de visualizaciones efectivas y dashboards.

RA3. Integrar la gestión del conocimiento en la planificación de negocios y toma de decisiones estratégicas.

BIBLIOGRAFÍA

Munoz, M. (2017). Global business intelligence. 1ra ed. Editorial Routledge.

Ferrari, A. & Russo, M. (2016). Introducing microsoft power BI. Editorial Pearson Education.

Wexler, S., Shaffer, J. & Cotgreave, A. (2017). The big book of dashboards: visualizing your data using real-world business scenarios. Editorial Wiley.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Electiva de Profundización II

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	II
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Electiva de Profundización II - TIC para la Gerencia
TIPOLOGÍA	Electiva
COMPONENTE	Profesional
CRÉDITOS ACADÉMICOS	2
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	2
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	4
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	6

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes para comprender y aplicar estratégicamente las tecnologías de la información y comunicación en la alta gerencia.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca el uso de las tecnologías de la información y comunicación como una herramienta estratégica para la toma de decisiones efectivas en la alta gerencia.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN A LAS TIC EN LA GERENCIA. Definiciones y conceptos clave de TIC y gestión empresarial. El papel estratégico de las TIC en la toma de decisiones gerenciales. Tendencias actuales en el uso de TIC en el mundo empresarial.

INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA Y CIBERSEGURIDAD. Componentes de la infraestructura de TIC. Buenas prácticas en seguridad de la información y ciberseguridad. Gestión de riesgos tecnológicos.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y HERRAMIENTAS DE APOYO. Sistemas de información gerencial y su importancia. Herramientas de análisis de datos y reporting. Automatización de procesos y gestión de proyectos con TIC.

ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN DE TIC. Estrategias para la implementación exitosa de proyectos de TIC. Evaluación de ROI y métricas de éxito en proyectos tecnológicos. Casos de estudio de organizaciones que han transformado sus operaciones con TIC.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.

Presentación de situaciones problemáticas.

Presentación de estudios de casos.

Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Comprender los fundamentos de las TIC, su impacto e importancia en la toma de decisiones estratégicas.

RA2. Aplicar técnicas de gestión de proyectos para la implementación efectiva de soluciones basadas en TIC.

RA3. Identificar amenazas y vulnerabilidades de seguridad tecnológica en las organizaciones.

RA4. Identificar tendencias tecnológicas emergentes como oportunidades de innovación a través de las TIC en la gerencia.

BIBLIOGRAFÍA

Szymczyk, K. & Emary, I. (2021). Advanced trends in ICT for innovative business management. Editorial CRC Press.

Pablos, C.. et al. (2019). Organización y transformación de los sistemas de información en la empresa. Editorial ESIC.

Bocij, P. (2016). E-business: technology, strategy and management. Editorial Routledge.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En el transcurso de la asignatura, los estudiantes participarán en una variedad de actividades evaluativas diseñadas para medir su comprensión y aplicación de los conceptos clave. A lo largo de la misma, se les asignarán tareas y proyectos, tanto individuales como en grupo, que abordarán desafíos prácticos y escenarios del mundo real relacionados con la asignatura.

Además, se espera que los estudiantes presenten trabajos escritos, que reflejen su capacidad para analizar y sintetizar información de manera efectiva. También se llevará a cabo una evaluación de habilidades prácticas, donde los estudiantes demostrarán su competencia en situaciones reales y aplicarán sus conocimientos en un entorno controlado. Este enfoque de

evaluación integral garantizará que los estudiantes adquieran no solo conocimientos teóricos sólidos, sino también habilidades prácticas y la capacidad de aplicar sus conocimientos en situaciones del mundo real.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Electiva de Trabajo de Grado

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	II
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Electiva de Trabajo de Grado - Caso de Estudio
TIPOLOGÍA	Electiva
COMPONENTE	Investigativa
CRÉDITOS ACADÉMICOS	2
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	2
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	4
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	6

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes en investigación, análisis crítico y resolución de problemas, tanto en un contexto académico como práctico.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca la aplicación de los conocimientos adquiridos en la resolución de problemas y la generación de conocimiento.

CONTENIDO

CASO DE ESTUDIO. Identificación y selección de casos empresarial. Análisis detallado de caso. Métodos de investigación para estudios de caso. Preparación de informe de caso. Comunicación de hallazgos a través de caso empresarial. Evaluación y análisis de la toma de decisiones en situación empresarial.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.
 Presentación de situaciones problemáticas.
 Presentación de estudios de casos.
 Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Analizar casos empresariales de manera efectiva demostrando su capacidad para evaluar y comunicar hallazgos relacionados con la toma de decisiones en situaciones empresariales.

BIBLIOGRAFÍA

Mendoza, A. (2003). El estudio de casos, un enfoque cognitivo. Editorial Trillas.
 Largacha, C. (2017). Tendencias gerenciales: 12 casos empresariales exitosos en el mundo. Editorial Ecoe Ediciones.
 García, G. (2017). Casos de investigación: una práctica empresarial. Editorial Alfa Omega.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del caso de estudio está conformada por el trabajo argumentativo de forma escrita y oral que realice el estudiante.

PROGRAMA ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA

Microcurrículo de Electiva de Trabajo de Grado

PROGRAMA	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
SEMESTRE	II
NIVEL DE FORMACIÓN	Especialización Profesional
ASIGNATURA	Electiva de Trabajo de Grado - Artículo de Investigación
TIPOLOGÍA	Electiva
COMPONENTE	Investigativa
CRÉDITOS ACADÉMICOS	0
TIEMPO DE ACOMPAÑAMIENTO DIRECTO SEMANAL	0
TIEMPO DE TRABAJO INDEPENDIENTE SEMANAL	0
TIEMPO DE TRABAJO TOTAL SEMANAL	0

OBJETIVO DE LA FORMACIÓN

Desarrollar las competencias y habilidades en los estudiantes en investigación, análisis crítico y resolución de problemas, tanto en un contexto académico como práctico.

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura abarca la aplicación de los conocimientos adquiridos en la resolución de problemas y la generación de conocimiento.

CONTENIDO

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN. Metodología de investigación. Selección y delimitación del tema. Revisión bibliográfica. Diseño de la investigación. Recopilación y análisis de datos. Redacción de artículos académicos. Ética en la investigación. Presentación de hallazgos de investigación.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Exposición magistral sobre los aspectos teóricos.
 Presentación de situaciones problémicas.
 Presentación de estudios de casos.
 Talleres sobre temas relacionados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

RA1. Diseñar y presentar una investigación académica que aborde un problema o tema relevante dentro de su campo de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

Hernández, R. (2016). Fundamentos de investigación. 1a ed. Editorial McGraw Hill.
 Münch, L. & Angeles, E. (2019). Métodos y técnicas de investigación. 6ta ed. Editorial Trillas.
 González, H. (2009). Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto. 4ta ed. Bogotá, Ecoe Ediciones.

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

La evaluación del artículo de investigativo está conformada por la recepción del artículo en una revista nacional o internacional, y por la sustentación oral que realice el estudiante.