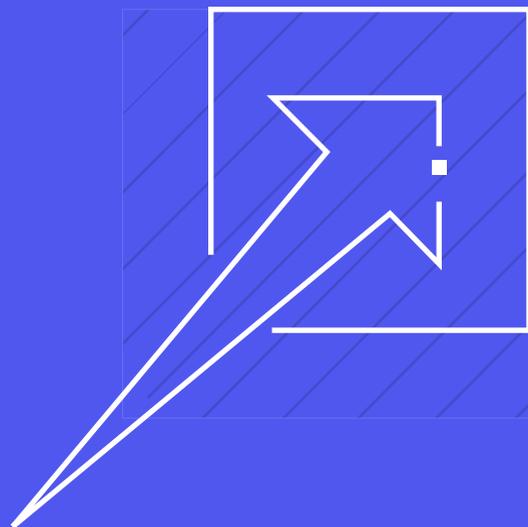




Universidad de
los Andes

Facultad de
Administración

Liderazgo para la vida



CURSOS

SOBRE
ELECTIVOS
2022

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

G

ERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

Prerrequisito:
Comportamiento
organizacional
ADMI-1603

Área:
Organizaciones

ADMI2107



Profesor: Paula Rozo

[Ver Perfil](#)

Pronto saldrás al mercado laboral, ya sea para realizar una práctica empresarial, un gig, tu primer contrato laboral o tal vez ya tienes startup. En este curso vamos a aprender y discutir asuntos relevantes, por ejemplo cómo negociar tu compensación; las implicaciones del contrato que vas a firmar, los canales más efectivos para atraer buen talento, o en efecto buscar el trabajo de los sueños, las implicaciones éticas y legales de tus decisiones respecto a la estrategia del negocio y por ende de las personas involucradas en tu startup.

Hoy la dirección de talento humano es uno de los roles mejor pagados en el mercado. Quienes

llegan a esas posiciones son muy buenos estrategas, hablan y deciden con datos, y aprovechan la tecnología y o los vacíos jurídicos no solo para innovar en servicios y productos, también para cambiar los modelos de trabajo.

Aún cuando no vayas a trabajar en la dirección de talento, seguramente si vas a pertenecer o incluso tener a cargo un equipo. Desde ya aprende como a través de los distintos procesos de talento (selección, compensación y desarrollo) puedes liderar con éxito y crear una ventaja competitiva en tu área y en tu organización.

FINANZAS 3: ESTRATEGIA

Prerrequisito:

Decisiones de inversión
ADMI 2204 y Cálculo Integral
y Probabilidad MATE 1252 o
Equivalente en Probabilidad

Área:

Finanzas

ADMI2205



Profesor: Juliana Malagon

[Ver Perfil](#)

El curso de Finanzas III cierra el ciclo de los cursos básicos de finanzas y busca incorporar todos los conceptos aprendidos dentro de una teoría financiera completa, consistente y robusta. Luego del curso los estudiantes habrán adquirido las herramientas conceptuales y prácticas para enfrentarse a una diversa gama de problemas financieros. El diseño del curso está basado en la idea de que el entendimiento de los problemas

mediante un modelo conceptual sólido es el primer paso, y quizás el más importante, para encontrar soluciones óptimas. De esta manera, el contenido de la asignatura combina la teoría financiera, casos reales reportados en la prensa nacional e internacional y ejercicios prácticos basados en datos reales que facilitan la aplicabilidad de los conceptos aprendidos.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Prerrequisito:

Fundamentos de
Mercadeo ADMI 2301

Área:

Mercadeo

ADMI2206



Profesor: Catalina Estrada

[Ver Perfil](#)

El curso de comportamiento del consumidor busca que los estudiantes entiendan la complejidad del consumo en el mundo de hoy. Más allá de las obvias conexiones entre el entendimiento del comportamiento del consumidor y las estrategias de marketing, el consumo está en el corazón de las actividades humanas y su entendimiento tiene implicaciones en la solución de grandes retos

sociales como la sostenibilidad y la pobreza. El curso se enfoca en el desarrollo de habilidades analíticas e interpretativas conectadas tanto con las situaciones de marketing que todo tipo de organización enfrenta en relación con sus consumidores, así como el rol del comportamiento de consumo en el desarrollo general de la sociedad.



CURSOS
ELECTIVOS
2022

PLANES DE NEGOCIOS

Prerrequisito:
Emprendimiento
e Innovación
ADMI 3110

Área:
Estrategia



ADMI3109

Profesor: Andrés Guerrero

[Ver Perfil](#)

El curso se centra en ofrecer herramientas al estudiante para la elaboración, presentación y análisis de un plan de negocios. En función de este objetivo, se presentan sus componentes básicos para desarrollar la capacidad de estructurarlo según el tipo de negocio que se busca llevar a cabo y, el público objetivo que se quiere impactar para conseguir los recursos necesarios para su implementación. A la vez, se procura desarrollar y

fortalecer la capacidad de presentación de un plan de negocios según el público objetivo para el que fue desarrollado. Finalmente, el curso tiene especial énfasis en la búsqueda de recursos para financiamiento del plan. Dirigido a estudiantes que puedan tener una idea seria de emprendimiento, aunque se espera que las habilidades desarrolladas apliquen en otro tipo de coyunturas.

MERCADO DE CAPITALES

Prerrequisito:
Decisiones de Inversión
ADMI 2204 o Análisis
Decisión Inversión
IIND 2401 y MATE1506
(o equivalente)

Área:
Finanzas



ADMI3207

Profesor: Carlos Pombo

[Ver Perfil](#)

Este es un curso electivo que profundiza el conocimiento y aprendizaje en la disciplina de finanzas, en particular sobre el rol de los grandes actores en los mercados financieros, como lo son las instituciones financieras, las firmas del sector real emisores de valores y el gobierno como emisor de deuda pública. Se profundiza en el análisis de los sistemas financieros en un contexto internacional ya sea para el financiamiento de gobiernos, empresas y personas, a través de establecimientos

de crédito o de la emisión de títulos valores (bonos, acciones ordinarias, acciones preferentes) y la gestión de los riesgos de liquidez, de mercado, crédito y tasas de interés por parte de los bancos comerciales. El diseño de este curso es por tópicos especializados y profundiza otros temas como el papel de los inversionistas instituciones y la banca de inversión en la estructuración de oferta publicas iniciales de acciones (IPOs).

MANAGEMENT FOR CIRCULAR ECONOMY (Inglés)

Prerrequisito:
N/A

Área:
Sostenibilidad



ADMI3133

Profesor: Bernhardus Van Hoof

[Ver Perfil](#)

The purpose of this course is to provide students with an understanding of social-environment intersections and introduce examples of environmental management strategies and practices from various scales and perspectives. Through the course, students are expected to enhance their

understanding about complexity, cause – effect relationships, and dilemma in environmental management issues, particularly in the context of Colombia, and hone their capacities to develop innovative approaches to address these issues.

GESTIÓN CULTURAL: NOCIONES BASICAS

Prerrequisito:
N/A

Área:
Gestión



ADMI3128

Profesor: Jaime Ruiz

[Ver Perfil](#)

A partir de concebir el Arte y la Cultura como un factor de creación de valor se estructura el siguiente curso, cuyo objetivo básico consiste en la adquisición de las nociones fundamentales para la comprensión de las organizaciones y procesos de gestión que se dan en las entidades que hacen parte de este importante sector de la sociedad. En este curso se aborda, tanto lo relacionado con los procesos de diseño, producción y distribución de organizaciones artísticas, como los aspectos relacionados con las denominadas industrias culturales, creativas, o del entretenimiento. En esta ocasión como consecuencia

del COVID 19 se ha observado que el sector Artístico y Cultural es uno de los más afectados por la Pandemia, lo cual es una valiosa oportunidad para precisar los impactos que tienen en las organizaciones que conforman el sector y las posibles salidas a la crisis actual. El objetivo final del curso, a través de una metodología teórico práctica, consiste en dar a conocer a los participantes las características básicas necesarias para la gestión administrativa de las organizaciones que manejan este recurso intangible y simbólico.

FINANZAS PERSONALES

Prerrequisito:
N/A



Área:
Finanzas

Profesor: Santiago Rodríguez



[Ver Perfil](#)

ADMI3205

El curso busca darle al estudiante los conocimientos y las herramientas necesarias para mejorar su educación financiera y tomar mejores decisiones. Se definirán los objetivos financieros y se desarrollarán partes de un plan financiero personal que le permita cumplir esas metas y sueños. Este plan depende de la edad y perfil de riesgo de la persona. Se detallarán los estados financieros personales, como son el balance general y el flujo de caja y se revisarán las principales decisiones a que se enfrenta una persona: la liquidez, el ahorro, los créditos, los seguros, la inversión y la pensión. Se profundizará en cada uno de los componentes del plan financiero personal. En primer lugar, se exponen los aspectos referentes a la liquidez y el

concepto de ahorro, uno de los puntos más importantes de las finanzas personales. En segunda instancia se presentan las características de los diferentes tipos de crédito que se pueden utilizar, así como la importancia de construir su historial crediticio. En tercer lugar, se muestran cuándo y qué tipo de seguros hay que contratar para proteger tanto los activos como los ingresos. Luego, cuáles son las alternativas de inversión, teniendo en cuenta la cantidad de recursos económicos, el perfil de riesgo, la rentabilidad que se busca y la liquidez de la inversión. Y finalmente, se exponen los conceptos y las decisiones que se pueden tomar en cuanto a la pensión.

MERCADOS DERIVADOS (Inglés)

Prerrequisito:
Decisiones de Inversión
ADMI 2204 o Análisis
Decisión Inversión IIND 2401
y MATE1506 (o equivalente)

Área:
Finanzas

Profesor: Enrique Ter Horst



[Ver Perfil](#)

ADMI3210

Este es un curso donde se estudian las técnicas básicas de valoración de instrumentos derivados y su uso como mecanismo de cobertura financiera. Igualmente, en el curso se analizará el funcionamiento de los mercados donde estos instrumentos se negocian. Fundamentalmente se estudiarán los futuros, los forwards, los swaps y finalmente

las opciones. El curso busca integrar la teoría dictada en clase a casos reales del mercado de derivados estadounidense y colombiano, utilizando las diferentes herramientas como Bloomberg, Reuters, entre otros con el fin de transmitir al estudiante un conocimiento teórico y práctico de derivados.



CURSOS
ELECTIVOS
2022

MARKETING COMMUNICATIONS

Prerrequisito:
Fundamentos
de Mercadeo ADMI 2301

Área:
Mercadeo

Profesor: Emiliana Wilches



[Ver Perfil](#)

ADMI3237

Las comunicaciones en mercadeo son un pilar fundamental en la gestión de las empresas y de las marcas. Se encargan de crear canales efectivos y mensajes atractivos, que buscan impactar y atraer a múltiples audiencias, generando vínculos, actitudes positivas y relaciones de lealtad en el largo plazo. Además de la visibilidad, las comunicaciones están orientadas a lograr el liderazgo de una marca en su categoría y en el mercado, destacando principalmente su oferta de valor.

El nuevo curso de Comunicaciones en Mercadeo está dirigido a estudiantes interesados en conocer los principios esenciales, las bases teóricas y el proceso para diseñar un plan de comunicaciones en mercadeo.

Con una metodología que combina un enfoque conceptual y práctico, este curso estará compuesto por sesiones teóricas, lecturas y ejercicios de aplicación, donde los estudiantes podrán analizar la importancia de las comunicaciones en la estrategia de una empresa y en el plan de mercadeo. Al finalizar el curso, el estudiante habrá adquirido las competencias y las herramientas para diseñar, desarrollar y evaluar un plan estratégico de comunicaciones en mercadeo, aplicable a diversos campos de interés.

NEGOCIACIÓN ESTRATÉGICA

Prerrequisito:

Estar cursando de 5^o semestre en adelante



Área:

Organizaciones

Profesores: Margarita Canal



Marco Azuero



ADMI3606

El curso proporciona conceptos y herramientas esenciales para diseñar y llevar a cabo negociaciones estratégicas. Esto incluye analizar el problema y el contexto para identificar las estrategias y competencias acordes con el tipo de nego-

ciación. Se desarrollan cinco competencias: a) preparar una negociación, b) capturar valor, c) conformar equipos negociadores, solucionar conflictos y e) comunicarse efectivamente en las negociaciones.

MERCADOS EMERGENTES

Prerrequisito:

N/A



Área:

Estrategia

Profesor: Juan Carrillo



Ver Perfil

ADMI3705

Los mercados emergentes son aquellos que empiezan a crecer por encima de sus pares y lo hacen de forma sostenible por un período largo de tiempo de tal forma que acaban convergiendo en un mediano o largo plazo con los países desarrollados del mundo. Todos los países desarrollados (como EEUU, Alemania y Japón) han sido en algún momento emergentes, y han logrado salir adelante por una serie de circunstancias históri-

cas, políticas, económicas y empresariales. Se escogerán una serie de países, principalmente de Asia y América Latina, para entender en qué forma están desarrollando sus economías, y hasta qué punto Colombia puede aprender de estas experiencias. Dentro de los países estudiados estarán Brasil, China, India, México, Singapur, Chile y Perú.

SERVICE MANAGEMENT

Prerrequisito:
N/A

Área:
Cadena de Abastecimiento
y Tecnología



Profesor: Marcus Thiell



[Ver Perfil](#)

ADMI3503

Service Management (English): In 2022, Colombia is a service economy in which services account for around 60% of the GDP and employment. With many service sectors in Colombia still being highly informal and, according to empirical studies, showing significant potential to improve productivity and customer satisfaction, the future Colombian economy might even stronger focus and depend on competitive service business models. As a consequence and similar to many countries around the world, the majority of Colombian management school students will work in the

service sector, dealing with strategic and operational service challenges resulting from the intangibility of the service offering and the integration of external factors into service processes. This course, based on a leading textbook and complemented by diverse case studies, will consistently refer to the Colombian context and its service organizations, finally striving (a) to support the innovative and sustainable design and management of service systems in Colombia, and (b) to provide the students with relevant knowledge and skills for modern business environments.

MARKETING DIGITAL

Prerrequisito:
N/A

Área:
Mercadeo



Profesor: Manuel Saravia

[Ver Perfil](#)

ADMI3431

Los estudiantes se familiarizan en este curso con los conceptos básicos del Mercadeo como las 8P + S, la segmentación, la identificación del target y las diferentes técnicas y herramientas para llegar a cada persona según sus particularidades y conocerán la definición, los detalles, la aplicación y la integración en un Plan Global de Mercadeo de conceptos como las webs 2.0 y 3.0 (bases para la revolución digital), la Cuarta Revolución Industrial, Big Data, Marketing Analytics (Business Intelligence), segmentación basada en estudios y en data,

Buyer Persona y segmentos individuales, así como creación, conceptualización y ejecución de campañas de Marketing Digital.

Con estos conceptos y herramientas, los estudiantes estarán en capacidad de crear planes de marketing digital con una visión 360 de las herramientas disponibles y de cómo la tecnología les permite llegar a cada uno de sus clientes actuales y potenciales en segmentos uno a uno.



CURSOS
SELETTIVOS
2022-2023

TALLER DE HABILIDADES GERENCIALES

Prerrequisito:
N/A

Área:
Organizaciones



Profesor: Jesús Muñoz

[Ver Perfil](#)



ADMI3601

Los grandes retos que los profesionales tienen en el actual entorno de economía digital requieren desarrollar habilidades directivas que en tiempos anteriores se reservaban a la gerencia de las empresas. Hoy, dadas las condiciones cambiantes del entorno y la necesidad del trabajo colaborativo en redes dinámicas, dirigir es una capacidad que todos debemos tener. Dirigir grupos, dirigir procesos, dirigir planes y acciones, dirigir relaciones variadas. Dirigir, entonces, requiere entrenarse en aquellas habilidades que permitan navegar disruptivamente tanto consigo mismo como con otros. Este taller está diseñado para generar un plan personal de desarrollo de esas capacidades de dirección, acompañados por gerentes de primer nivel que participan en las sesiones compartiendo sus experiencias (en cada semestre participan mínimo seis gerentes generales), realizando ejercicios prácticos que están

orientados a que cada estudiante observe su nivel de avance en el entrenamiento, análisis de casos colombianos de éxito y fracaso en el entorno actual, la revisión de conceptos claves, trabajo colaborativo con sus compañeros y el acompañamiento permanente del profesor quien además es empresario, consultor y asesor en temas de transformación organizacional tanto en organizaciones públicas como privadas de Colombia y fuera del país. Quienes han tomado el taller dicen que ha sido una experiencia académica altamente significativa y de enorme aplicación en su vida personal y profesional. Las habilidades que se trabajan durante el semestre son: Comunicación efectiva; Liderazgo y coaching; Motivación y trabajo en equipo; Toma de decisiones; Negociación y resolución de conflictos; y Gestión del cambio.

TALLER DE INNOVACION

Prerrequisito:
Emprendimiento
e Innovación
ADMI3110

Área:
Estrategia



Profesor: Rafael Vesga

[Ver Perfil](#)

ADMI3604

El curso Taller de Innovación ADMI3604 ofrece a los estudiantes la oportunidad de proponer un proyecto innovador, tras este objetivo: resolver problemas importantes en el ecosistema agroalimentos a partir de la colaboración entre actores de la Universidad de los Andes (estudiantes, profesores, investigadores) y las empresas y organizaciones en el ecosistema.

El estudiante asume el rol de actor catalizador y líder sistémico. Su misión es proponer conexiones creativas entre la universidad y las organizaciones en el ecosistema agroalimentos. Su posibilidad de influencia está basada en el aporte de una mirada fresca y una capacidad creativa que logra visualizar nuevas alternativas para la acción.

Colombia reúne condiciones únicas para ser un gran productor de alimentos, pero para lograrlo tendrá que hacer un gran esfuerzo de innovación en tecnología y gestión. La Universidad de los Andes cuenta con un amplio capital de talento y conocimiento que está realizando contribuciones muy importantes en estos temas pero podría hacer más. Las empresas en el sector valoran sus conexiones con la universidad, pero demandan más contribuciones, más interacción y más impacto en sus relaciones con la universidad.

En este curso los estudiantes, organizados en equipos, estudian las tendencias en el mundo de los agronegocios y proponen soluciones innovadoras, apalancados en su credibilidad como actores del ecosistema que hablan desde la universidad.

Contamos con el apoyo de la Cámara de Alimentos de ANDI, que nos ayuda a entender los problemas clave del ecosistema agroalimentos y nos facilita el logro de contactos con las empresas. Contamos también con el apoyo de profesores de distintas facultades interesados en el tema, y empresarios que desean visualizar nuevas formas de conectarse y colaborar.

Los estudiantes se llevan múltiples beneficios de su participación en el curso: la experiencia ganada a través de la aplicación de metodologías de innovación a la solución de un problema importante y urgente; el fortalecimiento de sus redes dentro y fuera de la universidad; y una renovada confianza en sus propias capacidades, ganada en su gestión como líderes de proyectos de innovación.

A LIMENTOS Y OPORTUNIDADES EMPREENDEDORAS

Prerrequisito:
N/A

Área:
Gestión



Profesor: Claudio Peña

[Ver Perfil](#)

ADMI3611

La industria de alimentos constituye la principal actividad económica y de supervivencia de cualquier país, la cual enfrenta grandes desafíos: crecimiento y envejecimiento de la población, cambio climático, deterioro tierras cultivables, sostenibilidad y nuevas tendencias de consumo saludable, lo que exige mejores prácticas y procesos de producción y reducción de desperdicios en toda su cadena de valor.

El estudio y comprensión de esta cadena de valor se realiza desde una aproximación novedosa a partir de actividades académicas convencionales (lecturas, conferencias y discusiones) y no-convencionales (observación participante, cultivo urbano AgroLab, preparación de snacks, visitas de campo y entrevistas) para identificar y desarrollar oportunidades de emprendimiento innovadoras aplicando el Food Design Thinking y el Lean Start Up.

El recorrido conceptual y visitas inicia con el consumidor final (momentos de consumo), el proceso agrícola con sus retos y desafíos (Saens Fetty: semillas e invernaderos y cultivos), la distribución desde el campo hasta la mesa (Corabastos, plazas de mercado, grandes superficies, supermercados, tiendas, Rappi y restaurantes como WOK y el Cielo), y la industria de alimentos procesados (Cream Helado, Ramo, Alpina o similar).

Trabajando en equipos multidisciplinarios, cada estudiante podrá poner en práctica buena parte de sus conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera, teniendo una visión de conjunto (enfoque sistémico) como metodología para enfrentar la complejidad.



CURSOS
ELECTIVOS 2022-1

MARKETING DE LAS ARTES Y LA CULTURA

Prerrequisito:
N/A

Área:
Mercadeo



Profesor: Monica Muñoz

[Ver Perfil](#)

ADMI3336

Las organizaciones de artes y cultura analizadas desde una visión amplia incluyen a las empresas en artes escénicas, museos o monumentos históricos, industrias culturales y medios de comunicación. Identificar el contexto de cada organización cultural, permite definir las estrategias de mercadeo más eficientes para enfrentar la competencia por recursos y atraer la atención de los consumidores.

Con una visión estratégica y de planeación y de acuerdo a las especificidades de cada organización cultural, se analizarán los diferentes componentes

de un plan de mercadeo, permitiendo a los estudiantes como proyecto final aplicar los conceptos con una organización cultural de elección.

Este curso parte de la base del modelo de mercadeo tradicional y discute las especificidades del modelo de mercadeo para las Artes y la Cultura, entendido como “una herramienta que permite atraer a la audiencia adecuada a la obra de arte del artista”. (Colbert, 2019)

GESTIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

Prerrequisito:

Decisiones de Inversión
ADMI 2204 o Análisis Decisión
Inversión IIND 2401 y
MATE1506 (o equivalente)

Área:

Finanzas

Profesor: Santiago Rodríguez



[Ver Perfil](#)

ADMI3208



[Ver Video](#)

Este curso busca que los estudiantes conozcan la estructura del sistema financiero y entiendan el funcionamiento de los diferentes tipos de instituciones financieras (IF) como los bancos, compañías de seguros, fiduciarias, fondos de pensiones, comisionistas de bolsa, entre otros. Se analizarán los principales riesgos a los que se encuentra expuesta una IF, como el riesgo de

mercado, el de crédito, el riesgo operacional y el riesgo de liquidez. Así como los modelos para medir y la manera de gestionar dichos riesgos. Se presentarán las diferentes áreas organizaciones, los principales productos financieros de cada IF y las medidas de desempeño, entendiendo las fuentes de ingresos y principales gastos.

*Reconocida como electiva en Economía y como curso de profundización en Ingeniería Industrial.

EMPRESAS FAMILIA: CIELO-INFIERNO

Prerrequisito:
N/A

Área:
Gestión



[Ver Video](#)

Profesor: Diego Velez



[Ver Perfil](#)

ADMI3138

La mayoría de las empresas en el mundo son empresas de familia. Igualmente, el empleo, el PIB, y las economías del planeta se basan en las empresas dirigidas o controladas por una familia. Colombia no es la excepción. Esto lo podrán comprobar incluso en las empresas que son dirigidas por sus propias familias. Este tipo de empresas tienen características que las hacen únicas, su sistema de gobierno es diferente, y la dinámica familiar juega un papel importantísimo para el crecimiento y el desarrollo de dichas organizaciones. Si quisieran entender este tema un poco mejor, los invito a tomar la clase Empresas de

Familia: el cielo o el infierno, electiva que se ofrece en la Facultad de Administración.

Mi experiencia como presidente no familiar de varias empresas familiares, y mi preparación académica, así como la participación confidencial de los otros estudiantes en la clase, y ocasionalmente de invitados expertos en empresas familiares, serán muy enriquecedoras para ustedes. De la misma manera, podrán aplicar de inmediato sus conocimientos con el desarrollo del proyecto de su propia empresa durante el semestre.



CURSOS

ELECTIVOS 2022

Comdty USER Related Functions Menu Message

provided. Select <GO> to update your Market Player.

Functions for Your Workflow
Market Player: Credit Analyst (Buy-Side) Browse

WHAT'S NEW (3)

Research Portal: Single Security | BRC <GO>

CNC-EMRG MKT EQY Equity TOP Related Functions Menu Message

All Stories Pages Custom Searches Translate

Narrow Pause

Top Stories Selected By Bloomberg | More

- 1 Stocks Tumble Worldwide While Treasuries Surge: Markets Wrap
- 2 Cases Top 100,000; Trump Signs \$7.8 Billion Bill: Virus Update
- 3 U.S. Credit Market Fears Contagion

Spotlight | More

Treasury Yields Slide

G

GOBERNANZA EMPRESARIAL

Prerrequisito:

(Decisiones de Inversión o Análisis. Inversión Financ. o Microeconomía 2) y (Cálculo Integral y Probabilidad I o Probabilidad y Estadística I o Econometría 1 o Econometría I o Estadística (Economía) o Estadística (Contaduría)) y (Intro. a la Microeconomía o Teoría de la firma o economía gerencial)

Área:
Finanzas

Profesor: Carlos Pombo



Ver Perfil

ADMI3305

El gobierno corporativo abarca un conjunto de relaciones entre la administración de la empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. También proporciona la estructura a través de la que se fijan los objetivos de la compañía y se determinan los medios para alcanzar esos objetivos y supervisar el desempeño.

Lo importante es destacar que el gobierno corporativo no es un instrumento individual sino más bien un concepto que incluye el debate sobre las estructuras apropiadas de gestión y control de las empresas. También incluye las reglas que regulan

las relaciones de poder entre los propietarios, el consejo de administración, la administración y, por último, pero no por ello menos importante, partes interesadas tales como los empleados, los proveedores, los clientes y el público en general".

Este curso brinda al estudiante la capacidad de conceptualizar el gobierno corporativo y transformarlo en una herramienta de gestión y control para las organizaciones y sus grupos de interés a partir de su rol de contador y de gestor de la información financiera.

ASSET MANAGEMENT

Prerrequisito:

(Decisiones de inversión o análisis. Inversión financ. o microeconomía 2) y (cálculo integral y probabilidad i o probabilidad y estadística i o econometría 1 o econometría 1 o estadística (economía) o estadística (contaduría))

Profesor: Daniel Mantilla



[Ver Perfil](#)

ADMI3240

En los últimos años han habido importantes avances científicos en la administración de portafolio. La puesta en práctica en la industria del “Asset Management” de algunos de estos avances son las estrategias de diversificación inteligente, llamadas Smart Beta y Factor Investing. La siguiente etapa en este cambio de paradigma hacia portafolios inteligentes es la implementación y oferta en masa de estrategias de inversión personalizadas que combinen de manera adecuada la diversificación, con las otras dos importantes técnicas de manejo de riesgo: la cobertura de

riesgo (hedging) y la aseguración portafolio (portfolio insurance). En este curso se estudia la implementación de estas tres técnicas de manejo de riesgo y su integración para el diseño de estrategias acordes con los objetivos de cada tipo de inversionista. El curso combina la fundamentación teórica y conceptual con la solución de casos de estudio, que permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos.

C OACHING PARA EMPRENDIMIENTO

Prerrequisito:

Entrevista con los profesores del curso
ADMI 3110 Emprendimiento & Innovación o similar
Completar el siguiente link de preinscripción:

<https://forms.office.com/r/cd2Hmsy9Em>

Área:

Estrategia

ADMI3605



Profesor: Rafael Vesga

Ver Perfil 

Este es un curso está enfocado en atender estudiantes que están desarrollando proyectos de emprendimiento reales. Con este curso, que hace parte de la oferta del Centro de Emprendimiento (CE), estos estudiantes podrían lograr suficiente tracción para impulsar el despegue de su emprendimiento y podrán aplicar a programas que tiene el CE para proyectos que están en su fase de gestación.

El curso seguirá un enfoque práctico, donde el estudiante se concentrará en el desarrollo de la propuesta de valor y el modelo de negocio para su emprendimiento. El curso no impartirá teoría. Los conceptos necesarios se imparten en el curso Emprendimiento & Innovación, o en otros dictados a través de la universidad, que los estudiantes habrán tomado previamente.

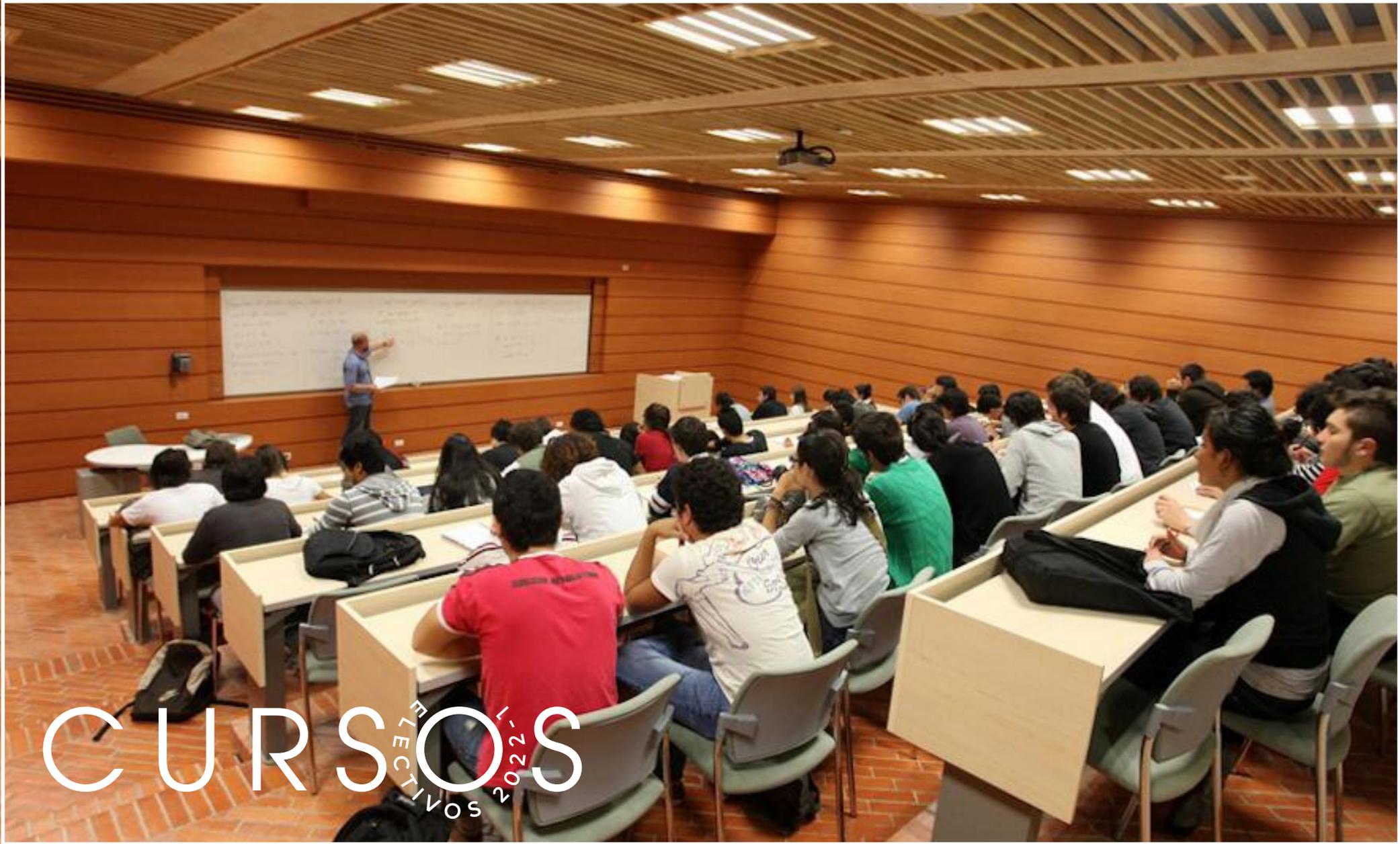
Antes de inscribir el curso, los estudiantes deben hacer una entrevista con los profesores del curso. El objetivo de la entrevista es validar la existencia del proyecto de emprendimiento, el compromiso de los estudiantes con su desarrollo, y los antecedentes de formación académica. La expectativa no es que el emprendimiento haya logrado realizar ventas para el momento en que se inicia el curso, pero si es necesario que el estudiante logre presentar una idea

elaborada, que cuente con un nivel de validación básico, y en la cual esté trabajando con la dedicación necesaria para llevar el proyecto a la realidad.

El curso contará con un grupo de mentores, empresarios especializados en distintos temas de gestión (finanzas mercadeo digital tica dinámicas sectoriales, etc), que son convocados antes de iniciar el semestre y se comprometen a poner una bolsa de horas para dialogar e interactuar en forma directa con los estudiantes emprendedores.

El trabajo será desarrollado con la aplicación de metodologías ágiles. En particular, se aplicará una dinámica de Sprints, donde los emprendedores reciben apoyo de los profesores y los mentores para definir y alcanzar una serie de hitos en el logro de sus proyectos. Estos Sprints son etapas de trabajo intenso, a lo largo de las cuales se gestiona el avance del proyecto a partir del desarrollo de metas de emergentes, sesiones de generación creativa y validación de las ideas e iniciativas a partir de experimentos.

Los proyectos son presentados en una sesión final a evaluadores e inversionistas.



CURSOS
SELECtivos
2022-
SON

WRITING FOR BUSINESS COMMUNICATION

Prerrequisito:

English 08 - Writing 1 o (Requisit. Dominio Leng. Extran. o Inglés 6 o English 10a-Speaking2 Academic o English 10b Professional o Inglés 6 - Lenguas y Cultura o English Advanced 1 o Rdom1)

Writing for Business Communication permite a los estudiantes interactuar, analizar y producir diferentes géneros escritos comúnmente utilizados dentro del campo de los negocios; informes ejecutivos, contratos, currículums, cartas de presentación e investigación académica. Presentará a los estudiantes las convenciones retóricas y el lenguaje funcional que se encuentran dentro de

estos géneros, además de centrarse en la organización, claridad, cohesión y presentación de sus ideas. El objetivo de este curso es equipar a los estudiantes con habilidades y recursos de escritura y aprendizaje de idiomas que se pueden aplicar directamente a su campo y ayudarlos en su futura escritura en inglés.

LENG1130



Profesor: Jovana Živković

[Ver Perfil](#)

TALLER DE COMUNICACIÓN ORAL

Prerrequisito:

N/A

Este curso es un ambiente de aprendizaje en el que el estudiante desarrollará habilidades de comunicación oral propias de su disciplina con el acompañamiento del equipo pedagógico. Para lograr esto, el estudiante participará de actividades de comunicación oral individuales y grupales en las que recibirá instrucciones y una evaluación formativa. Además, el curso cuenta

con el apoyo de la estrategia de comunicación oral del Centro de Español de la Universidad.

Importante: este curso podría contribuir a cumplir el requisito de cursos libres. Por su número de créditos no es considerado una electiva en Administración.

CONT1221



Profesor: Valeria Parra

[Ver Perfil](#)

TECH-CHALLENGE DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Prerrequisito:

Es deseable haber tomado previamente cursos introductorios en programación y en emprendimiento (no son obligatorios)

Área:

Estrategia



Profesor: Lina Moros

[Ver Perfil](#)

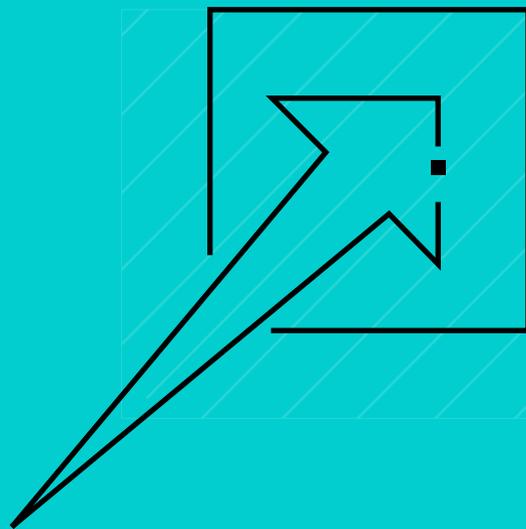


ADMI3241

A partir de la creciente demanda de competencias en emprendimiento y pensamiento computacional en el mercado laboral, la Universidad de los Andes, la Universidad de Ibagué y Rappi se unen para crear el (TECH) CHALLENGE DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO. El reto busca reunir estudiantes de diferentes universidades y disciplinas interesados en fortalecer sus habilidades en dichas competencias y capaces de proponer

proyectos responsables haciendo uso de tecnologías digitales. En esta versión del curso trabajaremos en el desarrollo de propuestas 100% digitales en los campos de la agroindustria y el turismo. También se podrá desarrollar una propuesta en una temática de su interés.

CBU



CURSOS

CBU 2022-1

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

NOTA IMPORTANTE:

Te recomendamos considerar que los cursos del CBU y los cursos electivos del programa son diferentes, esto implica que un curso del CBU no es considerado como un curso electivo, ni viceversa.

D RIFT OR THINK (español)

Prerrequisito:
N/A



Profesor: Gustavo González [Ver Perfil](#)



CBCA1079

Es un curso diseñado para disciplinar (en el sentido de educar en el método pre-lectio, lectio y post-lectio)* a los participantes (equipo docente y estudiantes) en el nuevo reto de trabajo virtual y presencial como medio para desarrollar el pensamiento crítico.

(*) es un método secuencial de tiempos y actividades de estudio y lectura, diálogo, reflexión, escritura y autoevaluación.

La cosmovisión de la interioridad fundamentada en la tradición Oriental y la ideología del progreso originada a partir de la Ilustración conforman el contenido.

El “sentido del trabajo” en la nueva Era Covid-19, es una noción que contribuye a entender el modo de observar, pensar y actuar que esas dos corrientes inculcan.

Las actividades establecidas sobre la plataforma OneNote (empleada por buen número de empresas y organizaciones a nivel mundial), es la que mejor se acerca a la esencia del acto docente Uniandino (pre-lectio, lectio, post-lectio).

EL SER HUMANO COMO EMPRENDEDOR: UN VIAJE, UNA EXPERIENCIA Y UN DIARIO

Prerrequisito:
N/A



CBPC1321

Profesor: Veneta Andonova

[Ver Perfil](#)

¿Qué es el emprendimiento como viaje y cómo método?, ¿Por qué parece que hay un gen emprendedor que hace que ciertas personas tengan la predisposición de crear proyectos exitosos en todos los ámbitos de la vida?, ¿Cómo interactúa el rol del emprendedor con el rol del ciudadano en diferentes culturas y momentos históricos? ¿Por qué las organizaciones exitosas dependen de equipos y predisposiciones colectivas y no de un solo individuo emprendedor?, ¿Por qué a pesar de la imagen creada por los medios, los emprendedores exitosos no son carismáticos y dependen de ecosistemas complejos de soporte?, ¿Es posible que los emprendedores destruyan valor?, ¿El emprendedor debe ser innovador?

En este curso se aborda el proceso emprendedor como un viaje, como un proceso de descubrimiento disciplinado y como medio para comprender y reflexionar sobre una de las preguntas que

desafían el pensamiento científico: ¿Cómo es el emprendimiento como viaje y como método para reflexionar sobre el mundo?

A partir del proceso simulado de emprendimiento y la reflexión asociada se espera que las/los estudiantes discutan sobre la condición del ser humano como emprendedor en el momento actual en Colombia y en el condicionamiento que el momento histórico y el espacio geográfico ejercen. Las similitudes y diferencias con otros momentos históricos y otros espacios geográficos facilitarán distinguir los aspectos permanentes del ser humano como emprendedor de aquellos impuestas por el contexto, el momento y las características individuales específicas. Estas reflexiones individuales se plasman en el Diario del Emprendedor, un documento reflexivo que puede quedar como parte del portafolio del estudiante.

PERCEPCIÓN ES REALIDAD? DISEÑANDO EXPERIENCIAS A TRAVÉS DE LOS SENTIDOS

Prerrequisito:

N/A



En este curso se abordan los sentidos como medio para comprender y reflexionar sobre una de las preguntas que desafían el pensamiento científico: ¿Percepción es Realidad?

La mayor fuente de información para 'percibir la realidad' viene de la interacción de nuestros sentidos con su entorno. Es por eso que, a través del pensamiento científico, en este curso CBU las/los estudiantes reflexionarán sobre el rol de los sentidos en las distintas experiencias de la vida y durante la construcción de conocimiento.

Profesor: Felipe Reinoso



CBPC1269

Con el objetivo de comprender el complejo paradigma de la percepción, nos enfocaremos en el hecho de que el cerebro procesa la información sensorial de forma conjunta, de tal manera que la información que entra por uno de nuestros sentidos puede afectar de manera significativa los procesos perceptuales de los otros sentidos

CONOCE ALGUNOS DE
NUESTROS PROFESORES

CURSOS
ELECTIVOS 2022

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

Bernhardus Van Hoof

Hello, I am Bart van Hoof, your Dutch-Colombian teacher of the MANAGEMENT FOR CIRCULAR ECONOMY class. For me, the CIRCULAR ECONOMY is a way of life, with great professional and personal opportunities. Environmental sustainable companies represent the frontier in our new world of the circular economy. Los Andes University in Colombia, as a sustainability laboratory, is the best place to learn about, the “why” and “how” of environmental management decision making. In Colombia, we live in one of the most biodiverse regions in the world, and opportunities arise, just by looking around.

The environmental management class, teaches you the fundamentals of environmental management decision making, and introduces you to the diverse professional perspectives of an environmental manager, in private companies, public institutions, and for entrepreneurship. As your teacher, I am committed to take you around in the world of environmental management, sharing my applied diverse experiences: first as an environmental manager of large companies, second as a leader of national environmental policy developments, and third, as an academic researcher in the field of Circular Economy. Welcome to the environmental management class!!!

Daniel Mantilla

Daniel Mantilla-Garcia es profesor en la Facultad de Administración de los Andes, e investigador asociado del Instituto EDHEC-Risk (Francia). Ex-director de investigación y desarrollo en empresas de Asset Management en EEUU y Francia (Optimal Asset Management en Silicon Valley y Koris International, en Francia). Su investigación se centra en optimización de portafolio, sus aplicaciones a inversiones de largo plazo y a sistemas pensionales. Sus trabajos han sido publicados en revistas de corte académico y aplicado, como el Journal of Financial and Quantitative Analysis, Finance Research Letters, Journal of Investment Management, Financial Markets and Portfolio Management, International Journal of Theoretical and Applied Finance, y Algorithmic Finance. Daniel es Ph.D. y Msc. en Finanzas, del EDHEC Business School (Francia), e Ingeniero Industrial de los Andes.

Catalina Estrada

Es profesora en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Catalina tiene un pregrado en Administración de esa misma universidad, una maestría en psicología social de la Universidad de Tilburg en Holanda y un doctorado en comportamiento y ciencias sociales también de la Universidad de Tilburg. Su experiencia en investigación está principalmente en temas relacionados con el bienestar financiero. Le apasiona entender cómo toman decisiones financieras las personas, cuáles son los determinantes del bienestar financiero y cómo podemos ayudar a las personas a tomar mejores decisiones financieras, que los conduzcan a tener más bienestar.

Carlos Pombo

Carlos Pombo es profesor asociado de economía y finanzas en la Escuela de Administración de la Universidad de los Andes (Bogotá, Colombia). Tiene un doctorado y una maestría en economía de la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, una maestría en economía de la Universidad de los Andes y un pregrado en economía de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia).

Sus principales áreas de investigación son las finanzas y gobierno corporativo, regulación económica y organización industrial. Tiene publicaciones en las siguientes revistas indexadas: Journal of Corporate Finance, Corporate Governance: International Review, Family Business Review, Journal of Business Research, entre otras.

Ha sido investigador visitante en INSEAD Business School (Fontainebleau), Institut d’Economie Industrielle (IDEI) - Université des Sciences Sociales (Toulouse); y profesor visitante en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona).

Desde 2013 ha sido el Editor en Jefe de la Academia Revista Latinoamericana de Administración, fue Director del Programa de Doctorado en Administración (2014-2017) y actualmente es director del área de finanzas y miembro independiente en la junta directiva del Autorregulador del Mercado de Valores (AMV) de Colombia.

Jaime Ruiz

Desde hace aproximadamente 15 años he venido trabajando en los temas relacionados con la Gestión del Arte y la Cultura y las organizaciones que integran este sector. Nuestro esfuerzo en la Facultad ha sido mostrar la necesidad de conocer y desarrollar nuevos instrumentos para su adecuada gestión, fruto de la investigación y el acceso a conocimientos de punta mediante la participación en redes académicas internacionales. Estas actividades muestran la importancia del sector y la necesidad de formar gestores que desarrollen una sensibilidad, tanto al arte y la cultura, como a las herramientas adecuadas para su gestión. En Colombia el tema ha logrado una muy importante actualidad por el impulso que la actual administración ha dado a la denominada "Economía Naranja". Creamos y coordinamos la Opción en "Gestión de las Artes y la Cultura" abierta a todos los estudiantes de la universidad interesados en este apasionante tema. Pertenezco a ENCATC (Red Europea de Política y Gestión Cultural) y miembro permanente de AIMAC. He sido profesor visitante en "Toulouse Business School", "H.E.C. Montreal" y "Burgundy Business School" en Dijon Francia.

Marcus Thiell

Marcus Thiell, Dr. rer. pol., is an Associate Professor at Universidad de los Andes School of Management, Bogotá (Colombia) and co-designer of the first Master in Supply Chain Management in Colombia, which he led for three years. Marcus holds a doctoral degree from Friedrich-Alexander University Erlangen-Nürnberg (Germany) and a Diplom-Kaufmann from Hamburg University (Germany).

His research interests focus on (service) supply chain management in emerging markets. Marcus has published in international books and journals like 'Omega' and 'Journal of Cleaner Production' and co-authored several cases about supply chain management practices and challenges in Colombia, e.g. related to 'Hamburguesa El Corral' and the 'Transmilenio'. As consultant of the UniAndes Strategy and Competitiveness Center, he worked on projects related to supply chain management, e.g. in the oil industry, food services, retail, and the public sector.

Juliana Malagón

Juliana tiene un doctorado en Finanzas de la Universidad Carlos III (Madrid, España) y un B.A. Licenciado en Economía por la Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito (Bogotá, Colombia). Sus intereses de investigación se centran en temas relacionados con la fijación de precios de activos, como la anomalía de riesgo idiosincrásico, su relevancia en las opciones de cartera de los inversores y en la rentabilidad de las acciones y el mercado de futuros de euros. Juliana también presta servicio como revisora anónima a varias revistas académicas como European Journal of Finance, Studies in Economics and Finance, Spanish Journal of Finance and Accounting, Revista de Economía Aplicada, Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas y Economic Modeling.

Monica Muñoz

Estudiante del doctorado en marketing de la Universitat de Valencia y egresada de la maestría en Gestión Internacional de las Artes de las universidades SMU, HEC Montreal y SDA Bocconi. Ha sido docente del curso de Marketing para las Artes y la Cultura desde el año 2016, y cuenta con experiencia en consultoría, investigación y gestión de proyectos culturales por más de 10 años. Como docente le interesa orientar en los contenidos y generar espacios de discusión activos que permitan mayor reflexión y entendimiento de los temas. Adicionalmente, su pasión por el campo de las artes y cultura la ha llevado a trabajar con diferentes organizaciones culturales, como Idartes, RTVC, Misi Producciones y el Festival Iberoamericano de Teatro, entre otros.

Felipe Reinoso

Felipe Reinoso-Carvalho es profesor asistente de marketing en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. El también es profesor invitado en KU Leuven (Bélgica), IAE Angers (Francia), y la Univ de Bayreuth (Alemania). En su investigación, él analiza cómo los sentidos interactúan en el cerebro, y cómo es posible utilizar esta interacción como valor agregado durante el diseño de experiencias para consumidores. Aparte de su trabajo en la academia, Felipe es invitado a colaborar con el sector público y privado a través de los proyectos más diversos. El cree en el uso apropiado de la ciencia y la tecnología como medios para un futuro mejor y más sostenible. Felipe también fomenta el uso del arte como un recurso para la valorización de la innovación. En la Universidad de los Andes, Felipe dicta Fundamentos de Mercadeo (pre-grado), Investigación de Mercados (pre-grado), Diseño de Experiencias (maestría en mercadeo), y un CBU en co-teaching con Samira Kadamani (Arq+Dis) denominado ¿Percepción es realidad? A partir del 2021, Felipe también dictará una nueva electiva en pre-grado llamada "Sensing the customer's journey".



CURSOS ELECTIVOS 2022

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

pregrado.admon@uniandes.edu.co

Administración I SNIES 1536
Resolución de aprobación 16460 del 13 de diciembre de 2012 por 10 años
Duración: 8 semestres I Pregrado Presencial Bogotá

Universidad de los Andes I Vigilada Mineducación
Reconocimiento como Universidad: Decreto 1297 del 30 de mayo de 1964.
Reconocimiento personería jurídica: Resolución 28 del 23 de febrero de 1949 Minjusticia.