

Maestría en Administración de Empresas (MBA)

- DGT 501: Digitalización organizacional (3 Créditos)

El curso describe y genera habilidades para el conocimiento y uso de las plataformas digitales, ayudando a ubicar a los participantes en el mundo digitalizado, proponiendo desafíos para las organizaciones.

- DSC 502: Inteligencia y análisis de datos (2 Créditos)

El curso ayuda a los participantes a utilizar los datos disponibles dentro y fuera de sus organizaciones para tomar decisiones en los distintos niveles de la estructura organizativa. Describe el entorno de los sistemas de gestión de datos, las escalas de datos (big data, deep data, small data), la descripción de arquitecturas y metodologías para la generación, estructuración, procesamiento y análisis de datos, la descripción del proceso de gestión de datos de diversos tipos, la presentación de herramientas de procesamiento de datos actuales y futuras, herramientas de visualización de datos y casos prácticos para la toma de decisiones con las herramientas explicadas.

- ADM 501: Gestión organizacional, cultural y del aprendizaje (2 Créditos)

El curso estudia el comportamiento individual en el ámbito laboral, el desarrollo de carrera, los equipos de trabajo, el liderazgo estratégico y transformacional, el liderazgo y poder, la cultura organizacional, el cambio y el comportamiento, el desarrollo de la capacidad de observación, diagnóstico y análisis para la acción efectiva en la gestión de los procesos relacionados con el comportamiento en las organizaciones.

- ADM 512: Gestión de la innovación y el capital intelectual (3 Créditos)

Este curso estudia las metodologías de Diseño y Pensamiento Creativo, el pensamiento creativo, el proceso creativo, las técnicas de innovación, la innovación orientada al cliente, la cocreación y el liderazgo en la colaboración. Se desarrollarán técnicas para modelar negocios innovadores a un nivel disruptivo e incremental, y para diseñar nuevos productos y servicios desde la perspectiva de los usuarios y centrados en sus necesidades. Se abordarán los fundamentos, mecanismos e instrumentos para la gestión de intangibles, capital intelectual, sistemas de información, el impacto de las TIC en las organizaciones, Sistemas Integrados de Gestión Empresarial, inteligencia competitiva, procesos y subprocesos inherentes a la gestión del conocimiento.

- HUM 501: Liderazgo y gestión del cambio (3 Créditos)

El curso estudia los aspectos clave para que un gerente o ejecutivo asuma el liderazgo y proporciona herramientas para equipos de alto rendimiento en un contexto complejo y de alta incertidumbre. El contenido incluye abordar el problema y los principales factores de los procesos de gestión del cambio, así como los elementos clave para llevarlos a cabo con éxito. Al finalizar el curso, el estudiante podrá identificar fortalezas y áreas de mejora, y aplicar un conjunto de herramientas para liderar equipos orientados a resultados.

- HUM 512: Toma de decisiones (2 Créditos)

El curso estudia dinámicas de aprendizaje profundo y una alta implicación, para que los directivos comprendan que la complejidad de la toma de decisiones requiere identificar

y comprender relaciones que no siempre son visibles en las empresas. El proceso interrelaciona los modelos mentales, el dominio personal, las decisiones de equipo y la visión compartida, revelando las estructuras que generan dilemas empresariales básicos, y desarrolla metodologías y herramientas que mejoran la toma de decisiones racional e intuitiva, especialmente en contextos con poca o mucha información. Identifica errores o sesgos típicos en el proceso de toma de decisiones individual y de equipo. Desarrolla habilidades que permiten tomar decisiones de alto valor.

- **FIN 503: Contabilidad financiera (2 Créditos)**

La asignatura expone los conceptos fundamentales de la contabilidad, desde una perspectiva de toma de decisiones, y su utilidad como herramienta en la gestión empresarial. Desarrolla contenidos como la estructura de los estados financieros, los criterios relevantes para su correcta presentación, el análisis de la información financiera y la toma de decisiones basada en información administrativa y costos relevantes.

- **FIN 515: Finanzas corporativas (2 Créditos)**

El propósito de la asignatura es desarrollar habilidades en la toma de decisiones financieras de corto plazo a través de la gestión del capital de trabajo, así como prepararlo para decisiones de largo plazo, que involucran inversiones de crucial importancia para la empresa, en entornos de riesgo e incertidumbre.

- **ADM 523: Diseño organizacional (2 Créditos)**

Fundamentos y metodologías prácticas para generar valor mediante la promoción de una estructura ordenada y sinérgica de las distintas unidades orgánicas que conforman la empresa, para que pueda operar eficientemente. Se desarrollan temas que conciben la organización como un sistema estratégico, como los requisitos, características y factores clave del diseño organizacional, las tendencias modernas en diseño organizacional, el clima organizacional, la creación de valor, las teorías del diseño de contingencias, la innovación y el cambio, la reorganización administrativa y la cultura organizacional.

- **MKT 624: Gestión de marketing estratégico (3 Créditos)**

Los cursos abarcan los elementos de la estrategia de marketing y su integración. Se centrarán en desarrollar la capacidad de aplicar diversos principios y teorías a problemas específicos. Se introducen estrategias de marketing competitivo y se aplican teorías a diferentes entornos económicos y competitivos.

- **ADM 533: Dirección estratégica (2 Créditos)**

Formulación de la visión y la misión de una empresa, análisis interno, análisis externo, análisis del sector, objetivos estratégicos, diseño de estrategias, selección de estrategias, implementación y control de la estrategia. Aplicar las etapas de formulación e implementación de estrategias empresariales.

- **PIB 605: Gestión de procesos (2 Créditos)**

Este curso presenta el marco de gestión de procesos, los principios de orientación a procesos de negocio, herramientas para la identificación y medición del desempeño con base en los procesos organizacionales (Process Scorecard), así como técnicas creativas para la mejora y rediseño de procesos en un marco de Calidad Total en el Estado.

- ADM 603: Gestión y gestión de crisis (2 Créditos)

Gestión de crisis para formular un plan de prevención y gestión de crisis que permita gestionar la inestabilidad organizacional en el contexto, atendiendo a las principales amenazas y riesgos. El plan incluye las características de las crisis en el contexto internacional, las tipologías de crisis, las etapas del proceso de gestión de crisis y el desarrollo de un plan de prevención, gestión de crisis y seguimiento posterior. Se incluyen los aspectos de comunicación necesarios.

- LOG 605: Gestión de operaciones (2 Créditos)

El curso se centra en los aspectos del diseño estratégico del sistema, en la gestión de las operaciones y en los componentes de mejora del sistema logístico. El contenido incluye diagramas de flujo y capacidad de planta, planificación y control de operaciones, calidad y mejora de procesos, producción de bienes y prestación de servicios, cadena de suministro, diseño de la planificación logística, sistema de compras y almacenamiento, e inventarios.

- MKT 614: Gestión de la experiencia del cliente (2 Créditos)

El curso proporciona los conocimientos necesarios para gestionar los procesos de ventas, prestación de servicios y postventa desde la perspectiva del cliente. Desarrolla contenidos como: experiencia del cliente, cultura de servicio, diseño y experiencia de servicio, innovación y estrategias de calidad del servicio.

- ADM 686: Aplicaciones de la administración de empresas en el mundo real (3 Créditos)

Demostrar la adquisición de una o, preferiblemente, varias de las competencias adquiridas a lo largo del máster. Para ello, se podrá realizar un proyecto académico relacionado con la administración de empresas y, específicamente, alineado con alguna de las asignaturas impartidas.

- HUM 522: Comportamiento innovador (3 Créditos)

El curso estudia la anatomía y el funcionamiento del ecosistema innovador de Silicon Valley para extraer las lecciones clave de las empresas de alto impacto y ver cómo estas redes se conectan con nuestras empresas potenciales, así como con las técnicas y metodologías ágiles para maximizar las probabilidades de éxito de nuestras iniciativas. Los contenidos incluyen: por qué actuar de forma innovadora, el poder del cuestionamiento, la liberación conceptual y la experimentación, el descubrimiento de oportunidades innovadoras, la ambidextría organizacional y algunos sesgos que dificultan su implementación, cómo gestionar la incertidumbre que rodea a las oportunidades innovadoras y políticas para mejorar el comportamiento de las empresas consolidadas.

- LOG 615: Gestión de la cadena de suministro (2 Créditos)

El curso estudia los conceptos básicos de la cadena de suministro, su importancia para la competitividad de la organización y las técnicas disponibles para su diseño óptimo. Se abordan los conceptos de la cadena de suministro, la metodología de diseño, la medición del rendimiento de la cadena, la gestión de la cadena de suministro, el almacenamiento y la manipulación de materiales, el embalaje y la distribución.

- **MKT 604: Gestión de marketing basada en datos (2 Créditos)**

El curso introduce el ecosistema de las redes sociales y profundiza en las soluciones más aplicables a la situación nacional. Desarrolla estrategias de contenido, gestión de marca, atención al cliente y publicidad en redes sociales para alcanzar los objetivos comerciales. Asimismo, introduce al estudiante a los conceptos, la aplicación y la relevancia de la analítica digital como herramienta fundamental para la optimización continua de las estrategias de marketing digital, mediante el uso de las principales plataformas disponibles en el mercado.

- **STR 552: Gestión de ventas (2 Créditos)**

Gestión de Ventas proporciona a los estudiantes marcos actualizados en estrategias de ventas, gestión de relaciones con clientes y análisis de mercado. Este programa combina conocimientos teóricos con experiencias prácticas, preparando a los graduados para carreras dinámicas en diversos sectores. Mediante una combinación de cursos y proyectos prácticos, los estudiantes desarrollan habilidades efectivas de comunicación y negociación, cruciales para el éxito en el ámbito de las ventas.

- **MKT 551: Experiencia de usuario (2 Créditos)**

El curso mostrará qué es y qué no es la UX, desmintiendo algunos mitos y creencias comunes. Posteriormente, el estudiante recorrerá todo el proceso de Experiencia de Usuario, desde la estrategia y los requisitos hasta la arquitectura de la información y el diseño visual. Mediante prácticas de laboratorio y ejercicios, documentarás todo tu proceso de diseño de UX y presentarás tu trabajo en tu portafolio.

- **ADM 551: Evaluación del proyecto (2 Créditos)**

El curso de Evaluación de Proyectos busca proporcionar herramientas modernas que le permitan dominar los conceptos y la metodología básicos para evaluar decisiones de inversión y valorar empresas en entornos competitivos. La evaluación de proyectos incluye temas como: valoración estratégica de un proyecto, costos y beneficios relevantes, construcción de flujos de caja libres, valor actual neto, costo de capital, incorporación de análisis de sensibilidad, valoración de la flexibilidad y su aplicación en casos prácticos.

- **MKT 553: Estrategias de salida al mercado (2 Créditos)**

El curso abarca cómo las empresas introducen un nuevo producto o servicio en el mercado. Diseñada para mitigar el riesgo inherente a la introducción de un nuevo producto, una estrategia GTM típica incluye perfiles de mercado objetivo, un plan de marketing y una estrategia concreta de ventas y distribución.

- **ADM 654: Casos de negocios (3 Créditos)**

En este curso, aprenderá las disciplinas y metodologías más comunes para crear y presentar un caso de negocio con argumentos claros, concisos y basados en hechos que destaquen los beneficios, costos y riesgos del proyecto para obtener la aprobación. Aprenderá la estructura y el contenido subyacentes de un caso de negocio, así como el papel que desempeña su audiencia en su desarrollo. Además, aprenderá técnicas básicas para determinar el ROI financiero, los beneficios intangibles y la probabilidad de cumplir las expectativas.

- **MKT 454 / MKT 554: Marketing de rendimiento y Growth Hacking (3 Créditos)**

Este curso integra Performance Marketing y Growth Hacking para diseñar sistemas de adquisición y crecimiento sostenibles. El estudiante dominará embudos AARRR, definición de KPIs, atribución, experimentación A/B, analítica y automatización. Se aplicarán tácticas en SEO/SEM, social ads, email, CRO y crecimiento guiado por producto para escalar resultados con eficiencia. Incluye diseño de experimentos, hipótesis accionables, budget pacing y reporting ejecutivo, enfatizando ética, privacidad y aprendizaje con datos reales de impacto.

- **MKT 455 / MKT 555: Marketing impulsado por IA (3 Créditos)**

Este curso enseña a diseñar y ejecutar estrategias de marketing impulsadas por IA, desde la recopilación y limpieza de datos hasta la activación omnicanal. El estudiante aplicará machine learning y modelos generativos para segmentación, personalización, predicción y creatividad asistida. Se cubrirán MMM, atribución, automatización, experimentación A/B, prompt engineering, RAG y MLOps ligero. Énfasis en ética, sesgos, privacidad y cumplimiento.

- **MKT 666: Modelo de negocio digital (3 Créditos)**

El curso se basa en el concepto de Modelos de Negocio Digitales para analizar cómo Apple, Google, Facebook, Amazon y otras empresas de la era de internet utilizan estos modelos para crear, entregar, capturar y defender valor. El curso finaliza con una introducción a los modelos de negocio asimétricos.

- **MKT 676: Gestión de productos (3 Créditos)**

El curso te enseñará las habilidades fundamentales necesarias para ser un gerente de producto eficaz y desarrollar, lanzar y desarrollar productos o productos digitales exitosos. Aprenderás a evaluar las necesidades de los clientes, diseñar una visión de producto convincente, comercializar productos, aprovechar el análisis de productos y colaborar eficazmente con las partes interesadas multifuncionales, como ingenieros, equipos de UX y la alta dirección.

- **FIN 451 / FIN 551: Finanzas internacionales (3 Créditos)**

Este curso aborda la toma de decisiones financieras en contextos globales: tipos de cambio y paridades, cobertura de riesgos (forwards, opciones, swaps), presupuesto de capital internacional y valuación transfronteriza. Analiza mercados de capitales, balanza de pagos, costo de capital multicurrency y riesgo soberano/geopolítico. Incluye gestión de liquidez y capital de trabajo en multinacionales, estructuración de financiamiento, compliance y ética.

- **FIN 452 / FIN 552: Fusiones y adquisiciones (3 Créditos)**

Este curso prepara para liderar M&A de punta a punta: tesis estratégica, búsqueda y evaluación de objetivos, valoración y due diligence, estructuración y financiamiento (incluye LBO), aspectos legales/antimonopolio y negociación. Enfatiza sinergias y gobernanza de la integración (PMI), gestión cultural y métricas de creación de valor. Casos y simulaciones cubren operaciones domésticas y transfronterizas.

- FIN 453 / FIN 553: Aprendizaje automático e inteligencia artificial para finanzas (3 Créditos)

Curso ejecutivo que conecta Machine Learning e Inteligencia Artificial con finanzas corporativas: modelado de flujo de caja, forecasting, costo de capital (WACC), valoración (DCF y múltiplos), estructura de capital y asignación de capital. Casos de uso: riesgo de crédito, fraude, optimización de liquidez, presupuestos, trading y analítica para M&A/due diligence. Énfasis en gobernanza y riesgo de modelos (AI RMF), sesgos, explicabilidad y métricas de impacto económico.