



Diplomado en
**GESTIÓN DE
EMPRESAS**

CURSO 1
**HERRAMIENTAS APLICADAS DE FUNDAMENTOS
DE GESTIÓN DE PERSONAS**

CURSO 2
**FUNDAMENTOS DE FINANZAS
CORPORATIVAS**

CURSO 3
**HERRAMIENTAS APLICADAS DE
FUNDAMENTOS DEL MARKETING**



Curso

FUNDAMENTOS DE GESTIÓN DE PERSONAS

Un contexto cambiante, con alta innovación tecnológica y competitividad entre organizaciones, posiciona la gestión de personas como un factor central en el logro de los objetivos organizacionales. Sin embargo, la forma en que se aborda la dirección de personas, es clave para convertirse en un socio estratégico en la organización y no solo en un “área de apoyo”. Por estas razones, este curso busca entregar fundamentos básicos de los diferentes subcomponentes de gestión de personas desde una mirada estratégica. Se busca que los alumnos puedan comprender los desafíos intrínsecos al alineamiento entre las necesidades estratégicas de la organización y la contribución que puede entregar el área responsable de la Dirección de Personas.

OBJETIVOS

Comprender las características de una Dirección de Personas que está alineada estratégicamente con la organización, esto, a través de la identificación de los componentes clave en la ejecución efectiva de prácticas de dirección de personas, la detección de cuándo y cómo se generan desalineamientos entre la estrategia y las prácticas de dirección de personas y la promoción de una visión analítica de la gestión de personas en las organizaciones.

METODOLOGÍA

La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de Foro de la Clases de discusión entre los participantes del curso.

El curso tiene una duración de 4 a 6 semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias, la participación en los Foro de la Clases y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo. Trabajo semanal de 12 horas.

CONTENIDOS

- Dirección de personas estratégica.
- Reclutamiento y selección.
- Gestión del desempeño.
- Capacitación alineada.
- Gestión del talento.

PROFESOR



Eduardo Barros

Entre 1996 y 2008, fue profesor asistente del Departamento de Psicología de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Más adelante entre los años 2004 y 2008, fue profesor asistente de la Escuela de Negocios de la Universidad de Chile. Entre 2009 y 2014 se desempeñó como profesor asistente de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Católica



Curso

FUNDAMENTOS DE FINANZAS

Por cada actividad que desarrolla una empresa las finanzas corporativas nos ofrecen un punto de vista y herramientas.

En análisis financiero evaluamos la rentabilidad y la eficiencia de las operaciones del día a día. En tesorería nos ocupamos de ver como se gestionan las cobranzas, los pagos y los déficits diarios de la operación. En evaluación de proyectos evaluamos la conveniencia de cada decisión y su contribución al valor de la empresa. En valoración de empresas vemos como las distintas actividades de la compañía, aunadas coherentemente en una estrategia, generan distinto valor para los inversores y como ese valor cambia con la estrategia de la empresa. Y en estructura de capital no solo vemos cómo financiar más convenientemente nuestras actividades sino como ese financiamiento distribuye distintos grados de control y derechos a percibir flujos de fondos entre distintos inversores, agravando o aliviando problemas de gobierno corporativo y creando o destruyendo valor.

OBJETIVOS

Cubrir los conceptos vigentes en el campo de las finanzas corporativas. Nos focalizaremos en introducir los temas y proveer una coherencia simplificada entre todas y cada una de las temáticas para que el alumno se vaya con habilidades básicas y una visión financiera organizada de todas las actividades de una empresa.

METODOLOGÍA

La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de Foro de la Clases de discusión entre los participantes del curso.

El curso tiene una duración de 5 semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias, la participación en los Foro de la Clases y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo.

CONTENIDOS

- Análisis financiero.
- Evaluación de proyectos.
- Valoración de empresas.
- Estructura de capital.
- Gestión de riesgo corporativo

PROFESOR



Gustavo Genoni

Ph.D. in Business Administration, Boston University, USA. Participó en la reestructuración de la deuda pública de Argentina en virtud del Plan Brady, la negociación y el seguimiento de programas económicos y préstamos con el FMI, la privatización y la oferta pública inicial de empresas de servicios públicos y la emisión de bonos públicos hasta agosto de 1994.



Curso

FUNDAMENTOS DE MARKETING

Crear estrategias que permitan alcanzar una ventaja competitiva para los productos y servicios, es una habilidad fundamental en un mundo global y extremadamente competitivo. Este curso proporciona los conocimientos y las herramientas básicas para entender cómo el marketing se integra con otras funciones clave en toda la empresa, en pro de buscar el desarrollo y ejecución de estrategias comerciales exitosas.

OBJETIVOS

Entender los componentes estratégicos para estructurar tácticas de marketing pertinentes a las necesidades de los consumidores y de la organización. Se abordarán aspectos como el impacto del entorno en la definición de la estrategia, la investigación de mercados, la segmentación, la definición de propuestas de valor, el posicionamiento de marca y el mix de marketing. Se intenta desarrollar una mirada general a través del análisis de diferentes sectores, entornos y situaciones competitivas tanto de empresas locales como globales.

METODOLOGÍA

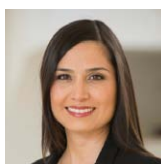
La metodología de UAI Online contempla clases en línea con diferentes elementos de aprendizaje individual que incluye controles por clase, lecturas, tareas y videos multimedia con el contenido del programa de estudio, por su parte, el aprendizaje colaborativo se fomenta a través de Foro de la Clases de discusión entre los participantes del curso.

El curso tiene una duración de 4 a 6 semanas para las clases online, que incluyen material de lectura obligatoria y lecturas complementarias, la participación en los Foro de la Clases y las actividades evaluativas a fin de desarrollar los conocimientos contemplados por el mismo. Trabajo semanal de 12 horas.

CONTENIDOS

- Fundamentos de marketing.
- Entendiendo aspectos clave del producto, el precio y el diseño de canales de distribución.
- El rol de la marca.
- Estrategia de comunicación.

PROFESOR



Diana Mesa

Profesora Asistente e Investigadora de la Escuela de Negocios UAI. Se ha desempeñado en cargos del nivel directivo en empresas del sector público y privado en el ámbito de marketing.

Sus áreas de investigación y consultoría se centran en comunicaciones integradas de marketing, marketing estratégico e innovación en marketing.