



CENTRO DE ESTUDIANTES
INGENIERÍA COMERCIAL

MANUAL DE ELECTIVOS 02/2022





TÉCNICAS DE SELECCIÓN DE PERSONAL

El factor humano es uno de los aspectos más complejos de una organización. En la historia de la administración, han sido varios los modelos que han servido para reducir la incertidumbre y crear valor a través de las personas. Este curso pretende entregar una visión ecléctica, práctica y realista que integra elementos conceptuales y herramientas concretas para la comprensión y aplicación de las técnicas de selección de personal.



DESARROLLO DE HABILIDADES PARA LA NEGOCIACIÓN

El estudiantado podrá situar la negociación en un contexto de relaciones laborales y comerciales donde, clientes, sindicatos, gremios empresariales y gobierno actúan bajo normas regulatorias que rigen las actividades comerciales y laborales de las empresas. El alumno será capaz de diseñar una estrategia de negociación, organizar un equipo negociador y liderar el proceso de negociación. También, conocerá las diversas técnicas y tácticas de negociación actualmente en uso, así como los métodos modernos de negociación. Por último, tendrá la oportunidad de identificar en forma práctica las claves de un proceso negociador.



GESTIÓN DE EMOCIONES PARA LA COMUNICACIÓN EFECTIVA

Este taller contribuye a la profundización en el desarrollo de habilidades de comunicación efectiva, proceso apoyado por la gestión de las emociones de los alumnos orientado a lograr un mejor desempeño laboral. Esta asignatura es de aplicación práctica y el enfoque está centrado en el alumno, quien a través de un proceso de acompañamiento logrará identificar sus características personales y así identificar su potencial de desarrollo en esta área con el fin de desenvolverse fluidamente en el mundo laboral.



PROGRAMACIÓN PYTHON PARA LA ADMINISTRACIÓN

Este curso tiene por objetivo introducir un marco conceptual y práctico de programación en Python. Comenzando desde lo más básico, se realizan aplicaciones para aprender el manejo de bases de datos, generar gráficos y visualizaciones, junto con automatización de procesos, enfocados en adquirir herramientas prácticas.



DECISIÓN MAKING

This course explores the process of decision making. Students will improve their abilities to recognize the primary elements of a decision, describe the potential responses, and apply theoretical concepts to produce better outcomes in real settings.



RELACIONES INTERNACIONALES

La asignatura busca que el alumno conozca en qué consisten las relaciones internacionales, cuáles son sus actores, cómo está organizada la sociedad internacional, cuál ha sido su evolución histórica, en especial durante los siglos XX y XXI, el análisis de los problemas fronterizos nacionales y su impacto en los procesos económicos, sociales y políticos a nivel mundial y en particular en Chile. Finalmente, la incidencia de las relaciones internacionales en el comercio nacional e internacional. La cátedra se encuentra orientada a entregar a los y las estudiantes las competencias adecuadas para lograr la comprensión y análisis del rol que juega Chile en la comunidad internacional, mediante el diseño de soluciones que faciliten a nuestro país la consecución de sus objetivos nacionales. Se pretende que una vez finalizada la cátedra, se tengan las herramientas necesarias para diseñar estrategias de alternativas para la solución de problemas jurídicos que plantea la relación con los países que integran la comunidad internacional y aplicarlos en el marco de la realidad actual.



ECONOMÍA SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO

¿Qué es la Economía Social y Cooperativa? Algunos elementos para el debate conceptual y teórico.

¿Qué entidades forman parte de la Economía Social y Cooperativa? Caracterización general de los distintos tipos organizacionales.



VALORACIÓN, FUSIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DE EMPRESAS

El curso de Valoración, Fusión y Reestructuración de Empresas, tiene como objetivo general, que el alumno, al término del módulo, sea capaz de valorar una empresa real, siguiendo los pasos que implica un proceso de valoración, comenzando por la identificación de una oportunidad, siguiendo con la proyección de los estados financieros y, por último, la construcción de los flujos de caja, valoración y negociación. Adicionalmente, evaluará procesos de fusión y reestructuración de empresas.



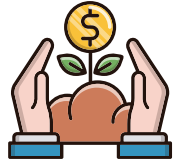
TÓPICOS PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO MACRO Y FINANCIERO DE LA EMPRESA

El objetivo del curso es entregar las herramientas prácticas provenientes de la economía, las finanzas y las técnicas cuantitativas para construir una base integrada de conocimientos que apoye los procesos de toma de decisiones al interior de la empresa, tales como la elaboración de presupuestos, escenarios económicos de corto y mediano plazo junto a las tendencias de los diferentes sectores. Por otro lado, el reconocer y comprender las principales fuentes de información necesarias para analizar el comportamiento de las condiciones económico-financieras locales y globales relevantes para la toma de decisiones. Interpretar desde un espectro amplio las decisiones de autoridades económicas locales y globales e identificar su impacto en los mercados financieros y en la economía real.



TALLER DE EXCEL INTERMEDIO-AVANZADO

Comprender, aplicar, analizar y formular planillas de que permitan gestionar un conjunto de datos para apoyar a las organizaciones y/o empresas en la generación de información y/o reportes que apoyen en la toma de decisiones.



MERCADO DE CAPITAL

Al terminar el curso el alumno deberá ser capaz de explicar cómo funciona el mercado financiero, su integración a los mercados globales, describir sus funciones, las operaciones que se realizan, identificar sus actores e interacción, como también explicar la determinación de las tasas de interés y los factores que las afectan, aplicar el modelo CAPM, analizar la rentabilidad y riesgo de las inversiones formando carteras, explicando la eficiencia de los mercados.



SISTEMA DE GESTIÓN DE SUSTENTABILIDAD EMPRESARIAL

Este curso permite adquirir los conocimientos teóricos y prácticos indispensables para formular e implementar un sistema de gestión de sustentabilidad que otorga ventaja competitiva al centro de la estrategia del negocio, conectando el éxito de la empresa con el progreso de la sociedad, generando valor compartido. El estudiante al final del curso podrá conocer y aplicar modelos, estándares y buenas prácticas para la gestión de la sustentabilidad empresarial, a través de herramientas y metodologías de gestión ambiental, social y de seguridad laboral.



FILOSOFÍA PARA EL DESARROLLO PERSONAL

Aplicar la filosofía a los problemas diarios de la vida personal, social y profesional. Es, por tanto, una reflexión dialogada para ayudar a las personas a partir de los pensamientos de los grandes filósofos para abordar los principales aspectos de la vida cotidiana. Es una guía práctica para vivir mejor y desarrollarse como persona integral.



LIDERAZGO PARA LA GESTIÓN DEL CAMBIO

Este electivo proporciona herramientas tanto conceptuales como prácticas que permitirán a l@s participantes obtener una visión integral y sistémica del liderazgo como competencia distintiva para afrontar los procesos de cambio organizacional.

Fomentará la conexión con prácticas específicas de gestión de personas, procesos de influencia y análisis de casos que facilitarán a los participantes desarrollar habilidades para su inserción en el mundo laboral.



GESTIÓN DE LA SEGURIDAD Y BIENESTAR LABORAL

El curso aborda la seguridad organizacional, los riesgos físicos y psicológicos asociados a los distintos tipos trabajos, sobre la normativa en materia de seguridad laboral, reglamento interno, comités paritarios, entre otros. El objetivo es que puedan integrar conocimientos en materia de seguridad lo que les permitirá en el futuro poder tomar decisiones con sus equipos de trabajo considerando la importancia de la seguridad y bienestar en el trabajo.



POWER BI BÁSICO E INTERMEDIO

En un contexto donde se requiere acceder rápidamente a datos y visualizarlos de forma atractiva, Power BI se convierte en una herramienta interesante de conocer. Desde el punto de vista de la arquitectura de la inteligencia de negocios, el electivo aborda el proceso desde la fuente de los datos, el tratamiento de ellos, su almacenamiento hasta la analítica y el usuario, elaborando informes o paneles de visualización. Si bien es esencialmente práctico, centrado en la herramienta Power BI, se acompaña de los elementos teóricos que permiten un mejor aprovechamiento. Para ello se utilizarán datos reales de fuentes abiertas, permitiendo así enfrentarse a situaciones cotidianas en el tratamiento de los datos.



GESTIÓN DIGITAL DE LA INFORMACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

Este curso permite adquirir los conocimientos teóricos y prácticos indispensables para el uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en el ámbito de la gestión de información y gestión del conocimiento al interior de las organizaciones, a fin de conocer el entorno de la producción de información en la sociedad digital, junto con utilizar las principales técnicas y herramientas tecnológicas para gestionar la información de forma sistemática y, conocer modelos de gestión del conocimiento. Lo anterior contribuye a crear mejores flujos de información y transmisión del conocimiento al interior de las organizaciones con base en los principios del aprendizaje colectivo.



INBOUND MARKETING

El curso aborda una mirada menos invasiva del marketing, que busca que el consumidor potencial sea quien se acerque y no al revés. Todo esto de la mano de las tecnologías digitales modernas. En otras palabras, una suerte de Marketing amistoso basado en tecnología.

An illustration featuring a hand holding a yellow megaphone over a computer monitor. Surrounding the monitor are various digital marketing icons: a smartphone, a Wi-Fi symbol, a clock, a magnifying glass, a lightbulb, a document, and a social media icon.

MARKETING DIGITAL

Al término del curso, el estudiantado deberá ser capaz de utilizar los conceptos y técnicas básicas del marketing digital como parte de la estrategia de marketing de una organización.

Conocer y comprender fundamentos del marketing digital y el e-commerce. Conocer y utilizar el proceso de desarrollo e implementación de una estrategia y un plan de marketing digital. Profundizar en el uso de plataformas digitales en marketing. Adquirir herramientas para el seguimiento y optimización de campañas de marketing digital.



FRANCHISING

Asegurar la adquisición de los conocimientos necesarios para la implementación y eficiente gestión del modelo de Franquicias.

En el mundo de los negocios, las empresas buscan diversas formas de aprovechar las oportunidades que los mercados ofrecen. El Franchising es una forma de crecimiento que permite de manera rápida y controlada aprovechar los espacios que el mercado ofrece para las más diversas actividades.

También, es un sistema de reproducción en cadena, mediante la operación interdependiente, de un modelo de comercialización exitoso.