

Modalidad

En Línea

Idioma

Español

Duración

18 meses

Descripciones de Cursos

- **BUS611 Finanzas (3 Créditos)** Este curso abarca muchos conceptos financieros, incluido un estudio de la estructura financiera de una empresa, su demanda de fondos para financiar la adquisición de activos y los recursos disponibles para satisfacer esta demanda. También se analiza la estructura de capital de una empresa y las fuentes y técnicas de financiación alternativas. Se presta especial atención al presupuesto de capital, la inversión y las decisiones sobre los dividendos de una empresa. Este curso también estudia la estructura del sistema financiero, con énfasis en la oferta y la demanda de fondos prestables y la estructura temporal de las tasas de interés.
- **BUS612 Contabilidad de Gestión (3 Créditos)** Este curso estudia el uso de la información contable en la planificación, el control y la toma de decisiones especiales. Incluye los usos internos de los datos contables por parte de los directivos para gestionar los asuntos de organizaciones empresariales y no empresariales. Se enfoca en las necesidades del directivo de disponer de información financiera e informes puntuales sobre las operaciones de la empresa para tomar decisiones de gestión acertadas.
- **BUS621 Conducta Organizacional y Liderazgo (3 Créditos)** Este curso se centra en cómo los directivos se convierten en líderes eficaces. Aborda el lado humano de la empresa. Los estudiantes analizarán equipos, individuos y redes en el contexto de: los factores determinantes de la cultura de grupo, la gestión del desempeño de los subordinados individuales y el establecimiento de relaciones productivas con compañeros y superiores sobre quienes el directivo no tiene autoridad formal. Además, los estudiantes observarán a líderes exitosos en acción que desarrollarán una visión de futuro, orientarán a la organización para seguirla, motivarán a las personas para lograrla y diseñarán organizaciones eficaces con los cambios pertinentes para lograr un mayor rendimiento.

- **BUS622 Marketing (3 Créditos)** Los objetivos de este curso son comprender el papel del marketing, explorar la relación entre el marketing y otras funciones, y mostrar cómo un marketing eficaz se basa en la comprensión del comportamiento del comprador para crear valor para los clientes. Los estudiantes aprenden a tomar decisiones de marketing en el marco de la gestión general, a controlar los elementos del marketing mix (política de producto, canales de distribución, comunicación y fijación de precios) para satisfacer las necesidades del cliente de forma rentable, y a utilizar estos conocimientos en una simulación de gestión de marca. El curso culmina con la evolución del marketing, centrándose especialmente en las oportunidades que presenta el Internet para ello.
- **BDM631 Neuromarketing (3 Créditos)** Este curso está diseñado para proporcionar a los estudiantes una introducción a los fenómenos del comportamiento humano, los fundamentos de la neurociencia, incluyendo los mecanismos básicos del cerebro (atención, reacciones conscientes e inconscientes, neuro-visión, emociones y sentimientos, neuro-respuestas sensoriales, aprendizaje y memoria, entre otros) y su relación con la elección del consumidor (respuestas del cerebro a la publicidad y promoción de marcas), algunas estrategias básicas empleadas en el campo de la neurociencia y el neuromarketing del consumidor y cómo entender su significado, las inferencias funcionales de los sistemas cerebrales clave que podrían utilizarse para la planificación de marketing, y algunas tecnologías de neurociencia empleadas en la investigación de marketing.
- **BDM632 Estrategias de Marketing Digital y Móvil (3 Créditos)** Este curso está diseñado para proporcionar a los estudiantes los conocimientos teóricos pertinentes y las herramientas. Google Analytics, Google Search, Google Display, YouTube Advertising, Streaming Services, Facebook, Twitter Advertising, E-commerce, Web and Mobile Apps, LinkedIn Advertising, y Marketing Automation Apps, E-mail Marketing, y Real-time Marketing, son algunas de las Herramientas Digitales más efectivas a estudiar. Además, los estudiantes se enfrentan al proceso de definir las capacidades tecnológicas necesarias para alcanzar los objetivos de marketing digital y seleccionar las tecnologías relacionadas que podrían facilitar la consecución de dicha tarea. Se estudiarán la Optimización en Motores de Búsqueda (SEO), el Marketing en Motores de Búsqueda (SEM), las Plataformas de Redes Sociales y las tecnologías móviles, entre otras. Asimismo, el curso se centra en las herramientas métricas utilizadas para medir el tráfico online y móvil, el rendimiento y la eficacia de las campañas de marketing digital a través de diferentes canales digitales, y el Retorno de la Inversión (ROI) como indicador de la rentabilidad de los programas de marketing, entre otros.

- **BDM641 Herramientas digitales, tecnologías y métricas (3 Créditos)** Este curso está diseñado para introducir a los estudiantes a las herramientas de marketing digital y remarketing que se utilizan estratégicamente para generar negocio online. Google Analytics, Google Search, Google Display, YouTube Advertising, Streaming Services, Facebook, Twitter Advertising, E-commerce, Web and Mobile Apps, LinkedIn Advertising, y Marketing Automation Apps, E-mail Marketing, y Real-time Marketing, son algunas de las Herramientas Digitales más efectivas a estudiar. Además, los estudiantes se enfrentan al proceso de definir las capacidades tecnológicas necesarias para alcanzar los objetivos de marketing digital y seleccionar las tecnologías relacionadas que podrían facilitar la consecución de dicha tarea. Se estudiarán la Optimización en Motores de Búsqueda (SEO), el Marketing en Motores de Búsqueda (SEM), las Plataformas de Redes Sociales y las tecnologías móviles, entre otras. Asimismo, el curso se centra en las herramientas métricas utilizadas para medir el tráfico online y móvil, el rendimiento y la eficacia de las campañas de marketing digital a través de diferentes canales digitales, y el Retorno de la Inversión (ROI) como indicador de la rentabilidad de los programas de marketing, entre otros.
- **BDM642 Redes Sociales y Comunidades Virtuales en Empresas (3 Créditos)** Este curso está diseñado para proporcionar a los estudiantes las teorías fundamentales detrás de las plataformas de redes sociales, desarrollar las habilidades prácticas necesarias para diseñar y gestionar campañas de marketing en redes sociales y utilizar métricas para medir el retorno de la inversión (ROI) y la eficacia de los programas de marketing digital implementados. El curso se centra en la investigación de las tecnologías de las redes sociales y sus aplicaciones, el análisis de las oportunidades de marketing en redes sociales en diferentes plataformas, la exploración de los neuro-factores específicos que impulsan las redes sociales, la creación y optimización de las redes sociales y el diseño de tácticas de comunicación eficaces a difundir a través de las redes sociales. Además, se profundiza en el concepto de las comunidades virtuales y en las ventajas de marketing que aporta el unirse a comunidades empresariales virtuales compatibles con objetivos de negocio específicos.
- **BUS651 Sistemas de información y dirección tecnológica (3 Créditos)** En este curso los estudiantes obtendrán una sólida comprensión de los fundamentos básicos de los sistemas de información (SI) actuales. Explorarán los principios clave de los SI con una cautivadora visión general de la disciplina que conllevan y el papel rápidamente cambiante del profesional en SI de hoy en día. El enfoque de este curso es presentar los últimos temas y ejemplos de los SI a la vanguardia, mientras que las nuevas viñetas de apertura, casos y características de interés especial muestran claramente el énfasis que ponen las organizaciones en la innovación y la velocidad. En este curso los estudiantes adquieren una comprensión de la computación en nube, el pronóstico y algunos de los hechos más recientes que afectan a las comunidades virtuales, los equipos virtuales y las estructuras de trabajo. Provee la visión general concisa que los estudiantes necesitan actualmente para funcionar de forma más eficaz como trabajadores, gerentes, tomadores de decisiones y líderes organizacionales de los negocios.

- **BUS652 Metodología de la investigación (3 Créditos)** En este curso los estudiantes desarrollarán un proyecto de investigación científica que servirá de base para la realización de una Tesis de Maestría. Para ello, los alumnos deberán seguir rigurosamente los pasos aplicables del método científico, que comprende la parte del proceso de investigación relativa a la conceptualización y ética, así como la descripción del método científico cualitativo, cuantitativo o mixto a seguir. Concretamente, los estudiantes identificarán y definirán un problema de interés que amerite la búsqueda de una solución y/o respuestas a preguntas relacionadas al problema, que han sido formuladas para mejorar la comprensión del mismo; abordarán el problema y/o las preguntas relacionadas realizando una investigación de antecedentes que permita recopilar información para familiarizarse con lo que se sabe del problema hasta el momento y/o las preguntas relacionadas propuestas, incluyendo sus posibles respuestas; establecerán los parámetros que se utilizarán para estudiar y comprender el problema seleccionado y/o las preguntas formuladas. Conceptualizarán y diseñarán el método científico que se aplicará para llevar a cabo el estudio. Planificarán y presentarán una propuesta de investigación precisa y completa que incluya todos los elementos anteriores y, además, una descripción detallada de los procedimientos que se seguirán durante la ejecución del trabajo de campo, así como la población que se espera que participe y/o el muestreo que se recolectará para futuros análisis, y la descripción del método de evaluación de la información obtenida. Los estudiantes deben seguir la versión más actualizada de las normas APA para redactar su proyecto de investigación. El estudiante debe completar con éxito este requisito con una calificación de B o mayor para graduarse.
- **BUS661 Gestión de operaciones y proyectos (3 Créditos)** Este curso permite a los estudiantes desarrollar las habilidades y conceptos necesarios para garantizar la contribución continua de las operaciones de una empresa a su posición competitiva. Les ayuda a comprender los complejos procesos que subyacen al desarrollo y fabricación de productos, así como a la creación y prestación de servicios.
- **BUS662 Tesis (3 Créditos)** En este curso se espera que los estudiantes continúen y completen su Tesis de Maestría. Con este propósito, los estudiantes deben seguir sistemáticamente el método científico descrito como parte de su proyecto de investigación previamente completado y aprobado. Durante esta fase final, el estudiante debe ejecutar el procedimiento aprobado para ejecutar el trabajo de campo, que podría repetirse según sea necesario para garantizar que los datos recogidos son precisos y fiables en el momento de su recolección. Recopilar la información obtenida de la experimentación y/o la observación. Registrar cuidadosamente todos los datos recopilados (observaciones, mediciones, información de encuestas, entre otros datos predeterminados) en función de las variables evaluadas. Analizar los datos registrados aplicando la metodología apropiada; Interpretar los resultados enfocándose principalmente en aportar una solución al problema seleccionado y/o en dar respuesta a las preguntas relacionadas que se hayan propuesto, sin descartar oportunidades para tratar otros aspectos del problema planteado que no se hayan identificado previamente como objetivos, pero que se deriven de la interpretación de los datos obtenidos. Establecer las conclusiones inferidas de los resultados experimentales y presentar recomendaciones que sugieran nuevas investigaciones científicas pertinentes. Los estudiantes deben seguir la versión más actualizada de las normas APA para redactar su Tesis de Maestría, y coordinar una presentación oral final, que debe considerarse parte integral de un proyecto de investigación. El estudiante debe completar con éxito este requisito con una calificación de B o mayor para graduarse.