

UNIVERSIDAD DEL PACÍFICO

SUMILLAS

OFERTA SELECCIONADA DE ASIGNATURAS PARA EL INTERCAMBIO CON EL CONSORCIO DE UNIVERSIDADES – PRIMER SEMESTRE 2025

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN

142280- Business Agility (inglés)

Este curso prepara a los estudiantes para liderar transformaciones ágiles en un entorno organizacional dinámico. A través de metodologías ágiles y *frameworks* de innovación, los estudiantes resolverán retos estratégicos y operativos, trabajando en equipos para desarrollar un *roadmap* ágil. El curso integra tecnología, cultura organizacional y procesos de gestión del cambio para desarrollar soluciones prácticas y aplicables en el ámbito empresarial.

141952 – Business Strategy for Digital Transformation (inglés)

The course offers the students a space to explore the most important trends and how business are changing. Also, it brings frameworks to use in digital transformation in their actual and future Jobs. Students will be able to make decisions based on their analytical and critical thinking.

141950 – Data Analytics for Business Decision Making (inglés)

The course objective is to expose you to data analytics practices executed in the business world. We will explore key areas such as the four types of data analytics: descriptive, diagnostics, predictive, prescriptive analytics. Besides, you will learn data recollection techniques, quantitative and qualitative data analytics tools, as well as the impact of Artificial Intelligence, Machine learning and Big Data to data analytics.

142315 – Diseño de Negocios Circulares y Desafío Climático

Al finalizar el curso, el estudiante sustenta una propuesta de economía circular para solucionar una problemática de un producto real en la sociedad que incluya las estrategias circulares y sea traducido en un modelo de negocio circular que pueda generar valor económico, valor social y valor ambiental. En la sustentación oral de la propuesta, el estudiante responde correctamente preguntas sobre el informe presentado y sobre los contenidos trabajados a lo largo del curso.

142082 – Emprendimiento e Innovación

La innovación, el emprendimiento y la gestión, son disciplinas distintas pero complementarias, fundamentales para el desarrollo y crecimiento socioeconómico de un país. Por lo tanto, el emprendimiento -como disciplina- estudia: i) al emprendedor ii) el proceso de emprender iii) a las startups y iv) los ecosistemas de emprendimiento. Mientras que la innovación como disciplina- se ocupa de caracterizar los tipos de innovación, describir el proceso de innovación, conocer los laboratorios de innovación y los ecosistemas de innovación. Al final del curso, el estudiante plantea un modelo de negocio innovador en base a su capacidad de análisis y pensamiento crítico. Para ello, explica la importancia y reconoce a los agentes del ecosistema de emprendimiento e innovación del Perú.

141748 – Formación y Desarrollo del Talento

El curso involucra al alumno en el proceso de formación y desarrollo de talento, para lograr construir organizaciones de alto rendimiento. El enfoque está basado en el concepto de gestión integral del talento y pretende darle al alumno una visión general de los procesos y herramientas más importantes que influyen en la gestión de este, así como en la creación de organizaciones de alto desempeño. Al finalizar el curso, el alumno tendrá una visión integral y multidisciplinaria del proceso de planificación y gestión del talento; considerando valores humanísticos y éticos. Además, el alumno entenderá, administrará y potenciará la creación de organizaciones de alto desempeño.

142501 – Gestión de la Calidad

La gestión de la calidad parte del énfasis en la satisfacción del cliente, la mejora continua, la participación de los trabajadores, principalmente mediante el trabajo en equipo y la preocupación por perfeccionar la calidad de diseño. Al finalizar el curso, los estudiantes serán capaces de desarrollar, dirigir y aplicar herramientas de calidad para la mejora continua de las operaciones en la organización. Además, serán capaces de plantear el esquema de un sistema de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.

146771 – Gestión de la Innovación

El curso tiene la finalidad de dar a conocer el impacto de la innovación en la performance de la firma y hacer una revisión de los principales modelos de innovación y su impacto en la empresa y en la sociedad, a partir de los procesos de cambio y de transformación. Al finalizar el curso, el alumno estará en la capacidad desarrollar una visión integral y multidisciplinaria del proceso de toma de decisiones que promuevan la innovación en las organizaciones, diseñar modelos de gestión orientados a crear y/o innovar productos y servicios para satisfacer las necesidades de los clientes y elaborar estrategias de innovación para las organizaciones, como parte de su rol de gestor de recursos y capacidades organizativas.

142314 – Gestión de Riesgos según el PMI

Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de desarrollar un plan integral de gestión de riesgos para un proyecto. Para ello, identifica, analiza y prioriza riesgos utilizando técnicas y herramientas alineadas con los estándares del Project Management Institute (PMI); diseña

estrategias de respuesta efectivas para minimizar amenazas y maximizar oportunidades; y evalúa el impacto de estas estrategias en los objetivos del proyecto, promoviendo buenas prácticas, valores y ética profesional.

142285 – Gestión Estratégica de Organizaciones Deportivas

Este curso permitirá al alumno entender los aspectos más relevantes de la gestión deportiva dentro de la industria del deporte. Además, proporcionará los principios básicos y criterios globales en la gestión deportiva buscando que el estudiante tenga herramientas de gestión, establecer estrategias, optimizar recursos y analizar la información para la toma de decisiones en una organización deportiva. Al término del curso, el estudiante será capaz de desarrollar y analizar la visión estratégica de la industria del deporte desde el campo gestión empresarial proporcionándole herramientas básicas de gestión operativa en las organizaciones y empresas deportivas.

142010 – Habilidades Directivas

El curso tiene por objetivo proveer a los estudiantes de un espacio para el autoconocimiento y la reflexión en torno a un conjunto de capacidades identificadas como centrales para potenciar su desempeño en futuras responsabilidades de gestión. Al término del curso, el estudiante estará en capacidad de identificar algunas de las principales capacidades requeridas para la dirección de organizaciones y equipos de trabajo en el contexto actual, lograr un mayor conocimiento de sus propios rasgos de comportamiento frente a posibles situaciones del entorno laboral y poner en marcha tácticas y estrategias para entrenarse en el conjunto de habilidades directivas trabajadas en el curso.

142091 – Innovación y Gestión en Negocios Digitales

El curso fusiona conceptos de gestión o de administración, marketing y tecnología para discutir tendencias y estrategias actuales, y entender los ciclos de innovación en negocios digitales. Abordaremos diversos conceptos ligados al mundo tecnológico y empresarial.

Al completar este curso, los estudiantes conocerán los aspectos esenciales de la estrategia digital y cómo el crecimiento del *e-business* ha evolucionado en los últimos años. Los participantes evaluarán diversos modelos de negocios electrónicos, empleando diversas teorías de gestión de negocios y ciencias del comportamiento. Además, analizarán las diversas tendencias tecnológicas y su influencia en el mundo empresarial equipándolos para liderar e innovar en diversos sectores empresariales.

142313 – Macros en Excel para No Programadores

Este curso está diseñado para enseñar a los estudiantes cómo automatizar tareas y procesos dentro de Excel utilizando macros, sin necesidad de tener conocimientos previos en programación. A lo largo del curso, se abordarán las herramientas y funciones necesarias para optimizar la gestión de datos, la elaboración de informes y la toma de decisiones en el ámbito administrativo y contable.

Los estudiantes aprenderán a crear, modificar y aplicar macros de forma sencilla, permitiéndoles mejorar la eficiencia y reducir el tiempo dedicado a tareas repetitivas. Al final del curso, estarán capacitados para utilizar macros en sus actividades profesionales, incrementando su productividad y contribuyendo a la mejora de los procesos organizacionales.

142144 – Toma de Decisiones para los Negocios Sostenibles: Simulador The Triple Connection

El curso involucra a los alumnos en gestionar un negocio sostenible donde: las personas sean el resultado final de la equidad social, la prosperidad sea el resultado final económico y el cuidado del planeta sea el resultado final ambiental. El estudiante estará en la capacidad de tomar decisiones de gestión para lograr que: las PERSONAS sean el resultado final de la equidad social, la PROSPERIDAD sea el resultado final económico y el cuidado del PLANETA sea el resultado final ambiental.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

- 1. Account Management - Gestión de Clientes:** Este curso está diseñado para entrenar y educar a la nueva generación de gerentes de ventas y de marketing para que se puedan desempeñar en un entorno cambiante y altamente competitivo. Los gerentes de marketing deben valorar la importancia de los clientes e identificar a aquellos que requieren un tratamiento especial por su importancia en los resultados y en el desarrollo sostenible del negocio. Los ejecutivos de la organización entienden la importancia de construir relaciones de mutua confianza y el capital social que permita asegurar los ingresos y la rentabilidad en el largo plazo.

La decisión estratégica de la empresa de desarrollar un programa de Account Management involucra una serie de acciones internas, que van desde el ápice estratégico hasta los niveles operacionales de la empresa y que se inician con una cuidadosa selección de las cuentas que formarán parte del programa, la implementación de los procesos internos y la asignación de recursos necesarios para la construcción de relaciones basadas en la confianza y el compromiso. Todo lo anterior se desarrolla en un contexto global donde las empresas desarrollan sus operaciones tanto en países desarrollados como emergentes y con toda la diversidad cultural que eso involucra.

- 2. E-commerce:** La asignatura de Comercio Electrónico / E-commerce, brindará al alumno los conceptos y herramientas necesarias para gestionar un comercio en línea. Además, analiza la estructura de un comercio electrónico, entendiendo cómo funcionan cada una de sus componentes y aprendiendo las herramientas necesarias para establecer E-commerce a partir de una idea de negocio, ya sea existente o nueva, teniendo en cuenta aspectos de seguridad, visión UX, medios de pagos y la gestión logística. Finalmente, proporciona al estudiante el conocimiento para establecer la mejor estrategia de marketing para su negocio.
- 3. Estrategias de Branding:** El curso provee las bases teóricas y prácticas para gestionar la marca como activo intangible en el corto y largo plazo. Incluye los procesos de creación y el desarrollo de marcas que aporten valor al consumidor y rentabilidad para la empresa.

- 4. GESTIÓN DE PRODUCTOS:** El curso tiene el propósito de brindar un conocimiento integral sobre la gestión de productos y marcas desde un enfoque empresarial orientado a la creación de valor del shopper. El alumno será capaz de recoger y procesar información acerca del entorno competitivo, tendencias del mercado, ello para poder entender la coyuntura actual de una marca específica y determinar las estrategias de producto adecuadas para la misma, así como de diseñar e implementar las estrategias para la gestión de marca, incluyendo entre otras, manejo de portafolio, administración del valor capital de marca, y manejo de extensiones de línea desde un enfoque integrador del marketing y la sinergia colaborativa con el área comercial y de Trade Marketing.

Se abordará también estrategias digitales orientadas a profundizar la toma de decisiones de forma analítica.

5. International Affairs: This course introduces students to key ideas and debates in the field of international relations (IR). Students will be familiarised with Levels-of-Analysis and several leading IR theories including neo-liberalism, neo-realism, and strategic choice. Along with examining the political and military relations among the states, the lectures and readings will also focus on international political economy, the politics of global warfare (e.g., the environment, resource scarcity, north-south relations, poverty, disease, hunger, and human rights) and elements of international agenda. Along with preparing students for upper-division coursework in international relations and international political economy, a key goal of this course is building analytic and critical thinking skills.

6. Marketing digital y redes sociales: El marketing digital se está convirtiendo en un pilar clave en los planes de negocios de las empresas. Los gerentes de marketing y ejecutivos deben dominar el marketing digital como herramienta para desarrollar e implementar estrategias de marca exitosas.

7. Global Branding: The course is addressed to International Business students. It aims to develop analytical and critical competencies for effective decision making in a global marketplace. The main outcome will be producing graduates shaped as effective and efficient managers. These results will be based on the following learning outcomes:

- Refine and understand the principles of Global Marketing Strategy.
- Identify and evaluate the dimensions of Global Brands.
- Understand the variety of Global Consumer segments.
- Commit to new opportunities and new responsibilities of Global Brands.

8. MVPs and innovation for global markets: The Minimum Viable Products (MVPs) and Innovation for Global Markets course introduces the concepts of an MVP and the Lean Startup Methodology which is intended to illustrate a different way of developing a business plan with a focus in international settings. The students will have a deep exposure of the entrepreneurial process on how to identify opportunities, and transform them into viable businesses, with potential scalability.

In this way, the participants will generate ideas and learn how to design business models that deliver value and impact amidst extreme uncertainty and limited resources, contributing to improving their resilience, creativity, adaptability, and critical thinking skills, which are essential to any enterprise regardless its form or size.

Thus, the course is not limited only for students who want to be entrepreneurs in the future, but also those who will be working in established organizations, multinationals, public entities, and non-profit companies, as the continuous need of change and adaptability, and the implementation of innovation through new projects will take a relevant role in their professional lives.

9. marketing personal para el mundo laboral: El curso tiene como principal propósito ayudar a los alumnos a insertarse de manera efectiva en el mundo laboral o de emprendimiento según sea su elección. Es una extrapolación de todos los conocimientos adquiridos de la teoría del marketing a su principal producto: ellos mismos, entendiendo la gran importancia de construir una estrategia y marca personal de forma consciente en la nueva era del conocimiento.

Marketing Personal, invita a los alumnos a autoconocerse y establecer su estrategia de vida con un lente profesional para luego trabajar en todos los aspectos del Marketing y aplicarlos a ellos mismos: Producto, Precio, Plaza, Promoción. Al final del curso los alumnos no solo serán capaces de haber trasladado todos sus conocimientos de Marketing a ellos mismos, sino que tendrán herramientas concretas que lo ayudarán a insertarse al mundo laboral ya sea como empresarios o trabajadores dependientes.

10. Marketing relacional y CRM: Este curso busca proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de los principios y estrategias del marketing relacional, desarrollar habilidades para aplicar estos conceptos en escenarios reales y reflexionar sobre su impacto en la gestión de relaciones con clientes, con un enfoque hacia la lealtad y la creación de valor a largo plazo.

Además, en el curso se evaluará las distintas tecnologías, y herramientas de innovación que se pueden aplicar para llevar a cabo una mejor implementación de estrategias de marketing relacional.

11. Marketing y Plataformas: El curso busca explicar cómo funcionan los conceptos del Marketing 5.0 y el desarrollo de plataformas que generan valor. Es así como el curso aporta a la siguiente competencia y su respectivo logro de aprendizaje:

- Reconoce las principales características de la cultura digital y cómo el Marketing 5.0 busca cubrir sus necesidades en un mercado altamente cambiante por las nuevas tecnologías.
- Identifica oportunidades en el contexto digital a partir del diseño de plataformas que atienden los requerimientos del mercado.

12. Neuromarketing: El ojo humano captura una gran cantidad de información, la cual es insumo para diversos procesos cognitivos y algunas acciones motoras. Si hablamos del mundo online, cada aplicación presenta diversos estímulos visuales que buscan persuadir al usuario hacia un objetivo deseado: la compra, y en el offline, las góndolas, anuncios, promociones persiguen tener unos segundos de atención. En este curso conoceremos, desde la perspectiva tecnológica y de marketing, cómo el cerebro humano responde a estos estímulos y cómo afectan estos a nuestros usuarios y potenciales clientes.

Este curso contribuye con el desarrollo de las competencias específicas de la carrera de marketing; desarrollar una visión estratégica integral con un sólido enfoque analítico para la toma de decisiones, ser un líder del marketing responsable, comprometido con la creación de valor a través de la innovación en productos y servicios relevantes que generen bienestar para los consumidores y rentabilidad para las empresas, utilizar la capacidad de análisis y pensamiento crítico para identificar las tendencias del mercado a través de un conocimiento profundo del comportamiento y necesidades del consumidor.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

- **Aspectos Jurídicos para los Negocios**

El curso es un tratado teórico-práctico de la doctrina y legislación aplicable a los negocios a partir de los agentes económicos en el mercado empresarial peruano, y su integración en el mundo globalizado, a través de convenios bilaterales y multilaterales y de transacciones comerciales que acercan a los estados y a los mercados de consumo sus políticas del comercio internacional, buscando aplicar normas comunes como fuente de derecho, como los tratados de libre comercio, convenios para evitar la doble tributación, contratos empresariales que acercan a la sociedad de consumo como los contratos de franquicia, joint venture, leasing, know how, etc.

El análisis del curso demandará, estudiar los aspectos jurídicos en los ámbitos societarios, tributarios, laborales; así como los instrumentos normativos para las negociaciones empresariales a través de los contratos privados y con el estado en materia de concesiones, para la realización de obras públicas, como las APP (asociaciones público privadas); obras por impuestos; los tratados de libre comercio y la promoción de la inversión privada.

- **Aspectos Tributarios para la Empresa**

Mediante el presente curso, se pretende proporcionar las herramientas de control tributario fundamentales para los decisores de la empresa, relacionadas con el planeamiento fiscal efectivo y legalmente válido, con la finalidad de evitar las contingencias tributarias y generar así el ahorro en costos fiscales, a través del repaso de las figuras y situaciones más relevantes y/o controvertidas en materia tributaria, tanto del Código Tributario como de los principales tributos, en base al análisis de casos prácticos.

- **Auditoría**

Este curso permitirá implementar el programa de desarrollo, ejecución y control de las Auditorías de Estados Financieros. Proporcionará los conceptos principales respecto a: Normas contables y de auditoría, enfoques, clases y riesgos de Auditoría, la auditoría de cuentas en el contexto económico actual, la responsabilidad y la independencia de los auditores, la profesión del auditor, regulación legal de la auditoría, metodología de la auditoría, organización del trabajo, planificación y programa de auditoría, procedimientos de auditoría, la evidencia en auditoría, documentación y archivo del trabajo de auditoría.

- **Control Interno y Gestión de Riesgo**

Este curso permitirá comprender, analizar e implementar sistemas de control interno en los principales procesos de negocios de las organizaciones a través del COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). Proporcionará los conceptos principales respecto a: gestión integral de riesgos de acuerdo con los principales estándares internacionales que rigen este rubro a nivel internacional como es el COSO Internal Control - Integrated Framework y cómo este marco se integra a la estrategia y desempeño de las organizaciones acompañando a tales organizaciones a la consecución y logro de su visión y misión.

- **Evaluación Financiera para No Contadores**

Al finalizar el curso, el estudiante estará en capacidad de analizar y evaluar la información financiera de una empresa. El curso ofrece los conceptos e instrumentos necesarios para que pueda realizar la evaluación financiera de una entidad, sobre la base de los estados financieros e información adicional que complementa el estudio.

- **Gestión de la Información y Métricas de Sostenibilidad Empresarial**

El curso fomenta que los estudiantes conozcan cómo medir, evaluar y reportar el desempeño ESG de las empresas. Conocerán las tendencias, metodologías y estándares internacionales de medición y reporte de los factores ESG en las empresas a nivel local y mundial. Además, se espera que los estudiantes sean capaces de identificar oportunidades de mayor creación de valor para los grupos de interés que atiendan y comuniquen de manera transparente los resultados del impacto de su gestión, contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestra sociedad.

- **Incidencias Tributarias de las Normas Internacionales de Información Financiera**

La aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) no implica automáticamente que el régimen tributario seguirá las mismas pautas. Por lo tanto, es crucial considerar cada transacción económica desde dos perspectivas: la contable y la tributaria. Esta dualidad asegura que se aborden adecuadamente los aspectos financieros y fiscales, optimizando así la gestión integral de los recursos empresariales.

- **Management Accounting**

This course is designed to equip you with the knowledge of concepts and the ability to apply techniques of management accounting, in order to be able to contribute to the success of a firm.

Management accounting has evolved from being purely concerned with the recording and measurement of costs, to supporting decision makers in their daily and strategic decisions. For this reason, non-financial information is included in management accounting reports, where it is used in combination with financial information to construct a picture that can illuminate the contribution that each division, function, activity, process and procedure makes to the strategic achievements of a firm.

- **Principle of Accounting**

This course provides an introduction to financial and management accounting. It is aimed at providing a broad understanding of the theory and practice of financial accounting, management accounting and financial management, both for non-specialist students and as a foundation for further study in the area.

This course does not focus on the technical aspects, but rather examines the basic principles and underlying concepts and the ways in which accounting statements and financial information can be used to improve the quality of decision-making.

- **SAP Hana para la Gestión de la Información**

El curso tiene carácter obligatorio de carácter teórico-práctico. El objetivo del mismo es proporcionar una herramienta para la integración de procesos de negocio utilizando el software empresarial SAP S4/HANA utilizando una gama de experiencias prácticas y explicaciones sobre los distintos módulos funcionales del ERP SAP desarrollando el caso Global Bike Inc, en conjunto con AIS Accounting Information System, cada estudiante tendrá acceso a una empresa, donde ingresara sus transacciones y generara sus Estados Financieros, así como aprenderá de los controles financieros dentro de un ERP, para evitar fraudes.

- **Sistemas de Información Contable y Administrativo**

El curso proporciona a los alumnos las herramientas para conocer los sistemas de información que cohabitan en las organizaciones, y comprender su importancia estratégica.

El objetivo principal del curso es contribuir en la formación de los alumnos en las competencias requeridas para constituirlos en actores clave en el diseño, implementación, uso eficiente y formulación constante de propuestas de mejora en los sistemas de información contables y administrativos en su vida laboral futura.

Durante el curso se pondrá énfasis en la base conceptual y en su aplicación práctica, integrándolos con los conocimientos adquiridos en los cursos llevados previamente en la carrera.

- **Aspectos Jurídicos para los Negocios**

El curso es un tratado teórico-práctico de la doctrina y legislación aplicable a los negocios a partir de los agentes económicos en el mercado empresarial peruano, y su integración en el mundo globalizado, a través de convenios bilaterales y multilaterales y de transacciones comerciales que acercan a los estados y a los mercados de consumo sus políticas del comercio internacional, buscando aplicar normas comunes como fuente de derecho, como los tratados de libre comercio, convenios para evitar la doble tributación, contratos empresariales que acercan a la sociedad de consumo como los contratos de franquicia, joint venture, leasing, know how, etc.

El análisis del curso demandará, estudiar los aspectos jurídicos en los ámbitos societarios, tributarios, laborales; así como los instrumentos normativos para las negociaciones empresariales a través de los contratos privados y con el estado en materia de concesiones, para la realización de obras públicas, como las APP (asociaciones público privadas); obras por impuestos; los tratados de libre comercio y la promoción de la inversión privada.

- **Aspectos Tributarios para la Empresa**

Mediante el presente curso, se pretende proporcionar las herramientas de control tributario fundamentales para los decisores de la empresa, relacionadas con el planeamiento fiscal efectivo y legalmente válido, con la finalidad de evitar las contingencias tributarias y generar así el ahorro en costos fiscales, a través del repaso de las figuras y situaciones más relevantes y/o controvertidas en materia tributaria, tanto del Código Tributario como de los principales tributos, en base al análisis de casos prácticos.

- **Auditoría**

Este curso permitirá implementar el programa de desarrollo, ejecución y control de las Auditorías de Estados Financieros. Proporcionará los conceptos principales respecto a: Normas contables y de auditoría, enfoques, clases y riesgos de Auditoría, la auditoría de cuentas en el contexto económico actual, la responsabilidad y la independencia de los auditores, la profesión del auditor, regulación legal de la auditoría, metodología de la auditoría, organización del trabajo, planificación y programa de auditoría, procedimientos de auditoría, la evidencia en auditoría, documentación y archivo del trabajo de auditoría.

- **Control Interno y Gestión de Riesgo**

Este curso permitirá comprender, analizar e implementar sistemas de control interno en los principales procesos de negocios de las organizaciones a través del COSO (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission). Proporcionará los conceptos principales respecto a: gestión integral de riesgos de acuerdo con los principales estándares internacionales que rigen este rubro a nivel internacional como es el COSO Internal Control - Integrated Framework y cómo este marco se integra a la estrategia y desempeño de las organizaciones acompañando a tales organizaciones a la consecución y logro de su visión y misión.

- **Evaluación Financiera para No Contadores**

Al finalizar el curso, el estudiante estará en capacidad de analizar y evaluar la información financiera de una empresa. El curso ofrece los conceptos e instrumentos necesarios para que pueda realizar la evaluación financiera de una entidad, sobre la base de los estados financieros e información adicional que complemente el estudio.

- **Gestión de la Información y Métricas de Sostenibilidad Empresarial**

El curso fomenta que los estudiantes conozcan cómo medir, evaluar y reportar el desempeño ESG de las empresas. Conocerán las tendencias, metodologías y estándares internacionales de medición y reporte de los factores ESG en las empresas a nivel local y mundial. Además, se espera que los estudiantes sean capaces de identificar oportunidades de mayor creación de valor para los grupos de interés que atiendan y comuniquen de manera transparente los resultados del impacto de su gestión, contribuyendo al desarrollo sostenible de nuestra sociedad.

- **Incidencias Tributarias de las Normas Internacionales de Información Financiera**

La aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) no implica automáticamente que el régimen tributario seguirá las mismas pautas. Por lo tanto, es crucial

considerar cada transacción económica desde dos perspectivas: la contable y la tributaria. Esta dualidad asegura que se aborden adecuadamente los aspectos financieros y fiscales, optimizando así la gestión integral de los recursos empresariales.

- **Management Accounting**

This course is designed to equip you with the knowledge of concepts and the ability to apply techniques of management accounting, in order to be able to contribute to the success of a firm.

Management accounting has evolved from being purely concerned with the recording and measurement of costs, to supporting decision makers in their daily and strategic decisions. For this reason, non-financial information is included in management accounting reports, where it is used in combination with financial information to construct a picture that can illuminate the contribution that each division, function, activity, process and procedure makes to the strategic achievements of a firm.

- **Principle of Accounting**

This course provides an introduction to financial and management accounting. It is aimed at providing a broad understanding of the theory and practice of financial accounting, management accounting and financial management, both for non-specialist students and as a foundation for further study in the area.

This course does not focus on the technical aspects, but rather examines the basic principles and underlying concepts and the ways in which accounting statements and financial information can be used to improve the quality of decision-making.

- **SAP Hana para la Gestión de la Información**

El curso tiene carácter obligatorio de carácter teórico-práctico. El objetivo del mismo es proporcionar una herramienta para la integración de procesos de negocio utilizando el software empresarial SAP S4/HANA utilizando una gama de experiencias prácticas y explicaciones sobre los distintos módulos funcionales del ERP SAP desarrollando el caso Global Bike Inc, en conjunto con AIS Accounting Information System, cada estudiante tendrá acceso a una empresa, donde ingresara sus transacciones y generara sus Estados Financieros, así como aprenderá de los controles financieros dentro de un ERP, para evitar fraudes.

- **Sistemas de Información Contable y Administrativo**

El curso proporciona a los alumnos las herramientas para conocer los sistemas de información que cohabitan en las organizaciones, y comprender su importancia estratégica.

El objetivo principal del curso es contribuir en la formación de los alumnos en las competencias requeridas para constituirlos en actores clave en el diseño, implementación, uso eficiente y formulación constante de propuestas de mejora en los sistemas de información contables y administrativos en su vida laboral futura.

Durante el curso se pondrá énfasis en la base conceptual y en su aplicación práctica, integrándolos con los conocimientos adquiridos en los cursos llevados previamente en la carrera.

FACULTAD DE ECONOMÍA Y FINANZAS

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE ECONOMÍA

ANÁLISIS ECONÓMICO DE LA COMPETENCIA (3 créditos académicos)

Requisitos: Microeconomía II o Microeconomía Financiera

Una de las aplicaciones de la teoría microeconómica corresponde a la organización industrial, y en particular a la forma en que las empresas en mercados oligopólicos compiten entre sí. Este nicho de la microeconomía tiene, por un lado, a la teoría de la organización de mercados; y por otro, a la aplicación de dicha teoría en el mundo real: la política de competencia.

Este curso explora el aporte de la economía en la política de competencia. Abarca, por ejemplo, el análisis económico de prácticas anticompetitivas y de los efectos de las fusiones empresariales sobre la competencia. Cada semana utilizaremos un caso real para motivar la discusión sobre los diversos temas que cubriremos.

ANÁLISIS POLÍTICO RELEVANTE PARA LA PERSPECTIVA ECONÓMICA (2 créditos académicos)

Requisitos: 120 créditos académicos

No hay duda de que la política influye directamente, de manera positiva o negativa, en la trayectoria de la economía y el clima de negocios del país, convirtiéndose, con frecuencia, en un factor crucial para definir el horizonte de la estrategia de una compañía. El seminario proveerá a los alumnos herramientas para interpretar correctamente la situación política del país y evaluar su impacto en el futuro de las empresas, como un elemento valioso para el planeamiento estratégico.

ANÁLISIS REAL Y CONVEXO (4 créditos académicos)

Requisitos: Matemáticas III

En este curso se estudiará de manera formal las propiedades que presentan los números reales, los espacios euclidianos y los conjuntos convexos, así como las funciones convexas.

DISEÑO Y EVALUACIÓN SOCIAL DE PROYECTOS (4 créditos académicos)

Requisitos: Evaluación Privada de Proyectos y, Microeconomía II o Microeconomía Financiera

El curso tiene como objetivo proveer a los alumnos de un conjunto de herramientas prácticas y analíticas para la evaluación de proyectos desde la perspectiva de la sociedad en su conjunto. Para ello, se revisará los principios económicos que sustentan la evaluación de proyectos y las herramientas metodológicas para la identificación, formulación y evaluación de proyectos, con especial énfasis en el análisis Costo Beneficio y Costo Efectividad. Se analizará la aplicación de la evaluación social de proyectos en el Sistema Nacional de Programación y Gestión de Inversiones (Invierte.pe), recientemente implementado en el país.

ECONOMÍA APLICADA AL DERECHO (3 créditos académicos)

Requisitos: Matemáticas I y Economía General II

Asignatura orientada a proveer los fundamentos económicos y financieros requeridos para el análisis económico del derecho y su aplicación a aspectos como el derecho de la competencia, la regulación del mercado y el financiamiento de inversiones en el sistema bancario y el mercado de capitales. El curso está dividido en tres grandes temas. El primero está relacionado con el estudio de las estructuras de mercado y de diversas prácticas de negocio que las empresas desarrollan en el mercado. El segundo con el monopolio natural, su regulación y las licitaciones para concesiones. El tercero con los fundamentos económicos para el financiamiento de inversiones de las empresas con deuda y capital. El curso está centrado en el aprendizaje de los principios que, según la teoría económica y financiera, rigen el funcionamiento de los mercados. De este modo, el aprendizaje de los contenidos del curso está orientado a desarrollar en el alumno intuición y capacidad de abstracción para aplicar estos conceptos a situaciones concretas y cotidianas.

El curso incluye una hora de clases prácticas a la semana en las que se: a) desarrollan conceptos estadísticos básicos para la aplicación de la economía y las finanzas al análisis de los mercados y, b) analizan casos prácticos de competencia, regulación y valorización de activos financieros.

ECONOMÍA PERUANA (2 créditos académicos)

Requisitos: 80 créditos académicos y Economía General II

El curso facilitará la comprensión del funcionamiento de la economía peruana, e incluirá un repaso conceptual de las principales variables macroeconómicas y microeconómicas que sirven para analizarla. De esta manera, el estudiante logrará captar la implicancia de la evolución de los principales indicadores económicos, así como de la política económica que afecta el desarrollo de la economía peruana.

ECONOMÍA PÚBLICA (4 créditos académicos)

Requisitos: Macroeconomía II y, Microeconomía II o Microeconomía Financiera

The main issue of the course is the study of why the government should have a role in the economy, and how different policies affect social welfare. To analyze this, there are two types of important questions: i) how do government policies affect the economy? (positive analysis) and ii) how should policies be designed to maximize welfare? (normative analysis). This course mainly focuses on the positive understanding, conceptually and analytically, policies related to the spending, taxing and financing activities of government, and how these policies have an impact on the economy.

INFERENCIA CAUSAL Y MACHINE LEARNING (4 créditos académicos)

Requisitos: Econometría I

Este curso electivo ofrece un puente entre la inferencia causal en el análisis económico y los métodos de Machine Learning (ML). Expone modelos econométricos estructurales clásicos y su versión moderna de Artificial Intelligence (AI), conocida como Directed Acyclic Graphs (DAGs). Proporciona herramientas de inferencia estadística basadas en ML y AI (lasso, random forest y deep neural networks), para inferir parámetros causales y cuantificar la incertidumbre. El curso se dictará desde una perspectiva práctica y aplicada, utilizando lenguajes de programación como R, Python y Julia. Paralelamente aprenderemos el sistema de control de versiones en Git y GitHub.

Este curso está dirigido a estudiantes carrera en economía/ciencias de la computación con conocimientos básicos de econometría. El curso proporciona un tratamiento aplicado de la inferencia causal moderna con datos de alta dimensión, centrándose en los problemas económicos empíricos encontrados en la investigación académica y la industria tecnológica. Formula problemas en los lenguajes del modelado de ecuaciones estructurales y potential outcomes. Presenta enfoques de vanguardia para la inferencia de parámetros causales y estructurales, incluido el Debiased Machine Learning y Reinforcement Learning.

POLÍTICA ECONÓMICA (4 créditos académicos)

Requisitos: Macroeconomía III

Se enseñará a diagnosticar los problemas económicos que normalmente aquejan a una economía, formulando las posibles soluciones a dichos problemas, conjugando teoría económica con la experiencia vivida. El curso de Política Económica busca desarrollar la capacidad analítica para evaluar y formular propuestas de política económica para estabilizar la evolución de la actividad productiva y generar condiciones para el crecimiento sostenido de una economía integrada a los flujos internacionales de bienes, servicios y capitales.

PROCESOS ESTOCÁSTICOS (4 créditos académicos)

Requisitos: Matemáticas III y Estadística I

El curso está pensado para desarrollar el pensamiento crítico y consolidar la formación matemática del estudiante. En el curso se revisan los aspectos teóricos, dentro de la lotería de probabilidades, necesarios para el modelamiento preciso de procesos o fenómenos que evolucionan en el tiempo. En concreto se estudian los conceptos de espacio de probabilidad, esperanza, martingalas, cadenas de Markov, la integración estocástica y se revisan algunas aplicaciones entre las que destacan el Modelo Binomial y la Fórmula de Black-Scholes.

SEM. DE ECONOMÍA Y DESARROLLO HUMANO (2 créditos académicos)

Requisitos: Economía General II y 80 créditos académicos

El curso pretende servir como herramienta introductoria para proveer los fundamentos conceptuales del Desarrollo Humano y entablar un diálogo con la disciplina económica con el propósito de situar al crecimiento económico como un medio y no como un fin en sí mismo. Este cometido será abordado desde una perspectiva interdisciplinaria, tomando como referencia al paradigma del Desarrollo Humano (que tiene como fundamento al Enfoque de las Capacidades), inicialmente desarrollado por el economista y ganador del Premio Nobel Amartya Sen y complementado por una serie de académicos de diversas disciplinas de origen. La influencia del enfoque a nivel global puede verse reflejada en las publicaciones e iniciativas llevadas a cabo por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) desde 1990 y, a nivel local, con la creación del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social en el Perú en el año 2011.

SEM. DE PERIODISMO ECONÓMICO (2 créditos académicos)

Requisitos: 120 créditos académicos

Este curso tiene como objetivo proporcionar a los estudiantes los conocimientos y habilidades necesarios para ejercer el periodismo económico de manera eficaz. A lo largo del curso, se abordarán los conceptos básicos de economía, las técnicas de redacción y análisis de noticias económicas, el uso de herramientas digitales y las consideraciones éticas en el periodismo económico.

SEM. ECONOMÍA Y FINANCIAMIENTO EN SALUD (2 créditos académicos) | Por confirmar

Requisitos: Microeconomía I y Estadística I

El objetivo del curso es proporcionar a los estudiantes de una formación introductoria en economía de la salud y financiamiento de los sistemas de salud, combinando el aprendizaje de la teoría con la discusión de la evidencia global de cómo operan los arreglos de gobernanza (organización, financiación, regulación, rendición de cuentas, compra estratégica de servicios de salud y la gestión de los prestadores de salud); dando a conocer también las tendencias y retos del mercado y del aseguramiento en salud en el Perú. Al final del curso, los alumnos tendrán las herramientas básicas

de análisis y motivación para expandir sus conocimientos e interés práctico en el análisis del desempeño de los sistemas de salud.

SEM. ECONOMÍA Y GESTIÓN DE PROGRAMAS SOCIALES (2 créditos académicos, dictado en inglés)

Requisitos: 120 créditos académicos

El seminario aborda las contribuciones sobre los esfuerzos institucionales del gobierno para resolver problemas sociales específicos que afectan a grupos poblacionales en particular. En este esfuerzo, los programas sociales son esenciales intervenciones que buscan mejorar el capital humano y el capital físico de un país. Por esta razón, desde la década de los 90s, en el Perú se dio un crecimiento significativo de la disponibilidad de recursos públicos, pero no necesariamente de la capacidad de uso de los mismos. El análisis de estos esfuerzos institucionales se hará a partir de los seis parámetros que guían la gestión de la inversión social. A saber, identificación de beneficiarios, provisión del bien o servicio público, componente IEC, monitoreo y evaluación, graduación y coordinación institucional.

Bajo estos parámetros se analizarán seis tipos específicos de programas sociales emblemáticos en los campos de alimentación, salud, empleo, violencia e infraestructura (urbana y en telecomunicaciones) para poder extraer lecciones de aprendizaje institucional. Una pregunta estará es ¿cuáles son los principales dilemas que enfrentan los gestores sociales al buscar una solución técnica y política a los problemas sociales que aquejan a millones de personas vulnerables?

El seminario es una oportunidad para comprender las interioridades de los programas sociales y estimar los márgenes de maniobra para poder cumplir con su misión. Las actividades de aprendizaje permitirán al alumno desarrollar competencias de apertura al cambio, gestión y productividad, así como de visión integral. De esta forma, se aprehenderá criterios y técnicas de análisis de intervenciones públicas experimentadas para resolver (o aliviar) la heterogénea y multidimensional realidad del Perú, a partir de la discusión y uso de herramientas de análisis económico, político, social y de gestión pública.

El objetivo del seminario es familiarizar a los estudiantes a extraer y debatir lecciones de buenas y malas prácticas de la gestión de programas sociales orientados a mejorar el capital humano y físico del país.

TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL (4 créditos académicos)

Requisitos: Microeconomía II o Microeconomía Financiera o Microeconomía Aplicada

El curso consolidará los conocimientos de los alumnos sobre las teorías clásicas del comercio internacional y los introducirá al conocimiento de las nuevas teorías en la materia y la política comercial. Asimismo, busca familiarizar al alumno con los indicadores y bases de datos comerciales

más conocidos, a fin de capacitarlo para que elabore estudios empíricos sobre temas del comercio internacional y formule las pertinentes recomendaciones de políticas que beneficien al país en un contexto globalizado.

TEORIA DEL DESARROLLO ECONÓMICO (4 créditos académicos)

Requisitos: Macroeconomía III

Este curso ofrece una introducción a los temas más relevantes dentro de la Economía del Desarrollo. Para ello, se revisarán investigaciones internacionales y se utilizarán herramientas estadísticas y de evaluación de programas.

DEPARTAMENTO ACADÉMICO DE FINANZAS

1F0275 FINANZAS Y ABUNDANCIA (4 créditos)

Docente: Guillermo Runciman

Requisito: 50 créditos académicos

Las Finanzas se han diseñado para servir en un mundo de bienes y servicios escasos. Sin embargo, el avance científico y tecnológico conduce a la sociedad hacia la mayor productividad, lo que permite a muchas industrias reducir sus costos y ofrecer productos y servicios a menores precios, generando una tendencia hacia la abundancia. Este es un fenómeno que afecta tanto al financiamiento de proyectos productivos como a las finanzas personales de los consumidores, por lo que es necesario diseñar instituciones y sistemas financieros que se adecuen a la vorágine de innovación que nos tocará vivir en los próximos años. Solo un ejemplo: grandes proyectos como la edición de la Enciclopedia Británica tenían formas clásicas de financiamiento, que no son adecuadas para proyectos modernos como Wikipedia donde los aportes son gratuitos, al tener al conocimiento compartido, y no al dinero, como incentivo principal. El propósito de este curso es reflexionar sobre qué actores tendrán interés en financiar bienes y servicios vitales que, por sus bajos precios, no ofrezcan rentabilidad futura suficiente, pero que se seguirán produciendo porque la sociedad lo exige.

Para mayor información: <https://www.youtube.com/watch?v=196a89cvlPI>

1F0351 GESTIÓN FINANCIERA (4 créditos)

Docente: Sergio Gabilondo

Requisito: 1F0112 Fundamentos de Finanzas o 133016 Evaluación Privada de Proyectos

El objetivo del curso es complementar la formación del estudiante en Finanzas, estimulando el desarrollo de habilidades propias del analista financiero de una empresa genérica o del analista de riesgo crediticio de una entidad financiera. Para tal propósito, se desarrollarán casos prácticos inspirados en situaciones y circunstancias similares a las que enfrentará en su ejercicio profesional, en temas diversos como planeamiento de tesorería,

financiero y estratégico; gestión tributaria, gestión del capital de trabajo; financiamiento bancario y análisis de créditos; elementos de la debida diligencia (*due diligence*), entre otros.

1F0021 SEMINARIO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGO EN BANCA (2 créditos)

Docente: Alejandro Sancho

Requisito: 120 créditos académicos + 1F0228 Economía Financiera I O 1F0120 Finanzas Corporativas I

El seminario ofrece una introducción al desarrollo reciente del análisis y principios de administración de riesgo orientado al caso de los intermediarios financieros, principalmente bancos. El curso está diseñado para capacitar a los alumnos a identificar, evaluar, y administrar el conjunto de riesgos que la banca moderna enfrenta en su funcionamiento corriente.

1F0045 SEMINARIO DE CRISIS FINANCIERA INTERNACIONAL (2 créditos)

Docente: Mauricio De La Cuba

Requisito: 120 Créditos académicos + Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I

El seminario busca familiarizar al estudiante con la coyuntura económica internacional, así como con las causas y consecuencias de las crisis financieras internacionales recientes. Se enfatiza el uso de desarrollos teóricos para el entendimiento de los desequilibrios macroeconómicos que anteceden a las crisis financieras y cómo estos son corregidos. El seminario puede ser visto como un refuerzo empírico que integra temas de macroeconomía abierta, política económica y finanzas internacionales; por ello, se asume que el estudiante está familiarizado con los conceptos económicos vistos en otros cursos que cubren estas áreas de estudio.

1F0325 SEMINARIO DE ESTRATEGIAS DE FONDEO (2 créditos)

Docente: José Olivares

Requisito: 120 créditos académicos + 1F0228 Economía Financiera I O 1F0120 Finanzas Corporativas

El seminario está dirigido a estudiantes que quieran profundizar o desempeñarse profesionalmente en áreas relacionadas con mercados de capitales, tesorería, inversiones, finanzas gubernamentales, regulación de mercados financieros, banca corporativa, banca multilateral, entre otros. El seminario se enfoca en las estrategias de financiamiento utilizadas por los principales emisores (gobiernos, cuasisoberanos y empresas privadas) en el mercado de capitales local e internacional. Además de analizar las herramientas que los emisores utilizan para delinear sus estrategias de fondeo, también estudia casos de éxito reciente en la estructuración y ejecución de operaciones. Al final del seminario, el alumno será capaz de elaborar una propuesta integral de estructuración de financiamiento.

Para mayor información: <https://youtu.be/xqz-WEUaNuU>

1F0023 SEMINARIO DE EVALUACIÓN Y FINANCIAMIENTO DE PROYECTOS (2 créditos)

Docente: Sergio Gabilondo

Requisito: 120 Créditos académicos + Finanzas Corporativas I o Economía Financiera I

La evaluación de proyectos en una empresa se relaciona directamente con su desarrollo, el incremento de su valor y la mejora continua. El objetivo del seminario es dotar al alumno de la habilidad para evaluar eficientemente proyectos de inversión y sustentar ante la alta dirección de las empresas los resultados y recomendaciones.

1F0374 SEMINARIO DE PROCESO DE MERCADO (2 créditos)

Docente: Diego Winkelried

Requisito: 120 créditos académicos

El seminario proporciona una comprensión integral del funcionamiento del libre mercado y de su rol en el progreso y convivencia pacífica de las sociedades modernas. Para ello, adopta una visión complementaria a la corriente dominante (mainstream), que concibe al mercado como un proceso dinámico y complejo de rivalidad e innovación, impulsado por la búsqueda de oportunidades que generan beneficios empresariales. Aprovechando de forma eficaz el conocimiento contextual, no articulable y disperso de los participantes, el libre mercado coordina las acciones voluntarias de emprendedores y consumidores en beneficio mutuo. Esta visión facilita explorar debates intelectuales históricos, pero con actual vigencia, como los cuestionamientos a la teoría del valor objetivo y a la teoría de la explotación o el denominado debate del cálculo económico (o de imposibilidad del socialismo) que da especial énfasis al rol de la propiedad privada en la organización social. Asimismo, permite repasar críticamente las “fallas” de mercado (externalidades, información asimétrica, entre otras) y reflexionar sobre soluciones derivadas del mismo espíritu emprendedor de libre intercambio sin requerir, necesariamente, de la intervención gubernamental. El seminario está diseñado para alumnos de la UP de cualquier carrera y solo requiere conocer conceptos básicos de economía y finanzas. Se enfoca en la argumentación lógica, sin utilizar en absoluto lenguaje matemático.

Complementa de manera armoniosa la visión del mercado desarrollada en cada una de las carreras.

1F0027 SEMINARIO DE VALORIZACIÓN DE EMPRESAS (2 créditos)

Docente: Vladimir Quevedo

Requisito: 120 créditos académicos + 1F0228 Economía Financiera I O 1F0120 Finanzas Corporativas I

El seminario proporciona las herramientas teóricas y prácticas para la adecuada valorización de una empresa. Los alumnos relacionarán correctamente los flujos de caja con la tasa de descuento adecuada, así como el uso de múltiplos y opciones reales. Además, está diseñado para desarrollarse a través de la discusión continua, lo que permite al alumno establecer las metodologías adecuadas de valorización con la información disponible, reconocer las limitaciones de esta información y tomar decisiones de inversión bajo incertidumbre.

FACULTAD DE INGENIERÍA

Infraestructura tecnológica

Al término del curso, los alumnos plantearán una solución tecnológica que resuelva un caso de negocio real elegido por ellos mismos. Para ello, los alumnos habrán definido el problema e identificado las causas del mismo. Evaluarán las potenciales soluciones considerando cómo éstas eliminan las causas del problema identificado. Asimismo, deberán hacer una evaluación para definir qué alternativa usarán. La parte principal de la solución debe abarcar la infraestructura tecnológica necesaria para la solución, considerando temas de seguridad y continuidad de servicio que apliquen. La solución debe ser detallada y coherente con los conceptos revisados en el curso.

Métodos de investigación cuantitativa

Al finalizar la asignatura el alumno estará en capacidad de determinar su objetivo, recopilar los datos mediante diversos medios, analizar los datos aplicando estadística, extraer resultados y comunicar los resultados de estudios de negocios en contextos digitales.

Tecnología y negocios digitales

Al término del curso el estudiante será capaz de identificar y seleccionar la tecnología más adecuada para desarrollar un negocio digital, así como la estructura organizacional más adecuada para su despliegue y la estrategia básica de la cadena de suministro que la sostenga. Asimismo, el estudiante podrá comparar de forma descriptiva sus potenciales competidores a través de las herramientas de analítica web.

Project Management Office (PMO)

En el presente curso se estudia la Oficina de Gerencia de Proyectos (PMO, por sus siglas en inglés), su importancia, tipos, metodología y principales funciones. Se abordan aspectos específicos de la Gestión de Portafolio y Gestión de Proyectos relacionados a la PMO. Aprenderemos sobre el alineamiento estratégico de la PMO y su papel en la entrega de valor. Además, discutiremos métodos para implementar y mejorar una PMO.

La Ciberseguridad en la Era Digital

Al finalizar el curso, el estudiante comprenderá los principios fundamentales de la ciberseguridad y la seguridad de la información, incluyendo las principales amenazas, vulnerabilidades y mejores prácticas de protección. Será capaz de identificar y analizar los diferentes tipos de ciberataques, evaluando riesgos en entornos digitales y aplicar estrategias de mitigación efectivas. Además, adquirirá competencias para implementar políticas y controles de seguridad, garantizando la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.

Fashion Sustainability and Innovation Structure

The fashion industry is a global market worth trillions of dollars, employing around 60 million people worldwide and producing approximately 100 billion pieces of clothing globally every year. Students embark on a journey of discovery and transformation. Through immersive exploration and ongoing analysis, they explore the intricate workings of fashion systems and economic models, gaining valuable frameworks and insights along the way. The course goes beyond traditional boundaries, covering local and ancestral textile practices alongside innovative modern sustainable approaches such as bio-materials. Students are introduced to human-centered design methodologies, empowering them to reimagine the fashion market with a holistic approach.