



Profesores invitados

Paul Prabhaker, Ph.D
Northern Illinois University

Bice Della Piana, Ph.D
University of Salerno

Uday S. Tate, Ph.D
Marshall University

Cristiane Biazzin, Ph.D
Escola de Administração de Empresas
de São Paulo da Fundação Getulio Vargas

Duarte Xara, Ph.D
Polytechnic Institute of Setúbal

Dennis Olson, Ph.D
Thompson Rivers University

**Nicolas Peña Giraud, Magister en
Economía Financiera**
Universidad Autónoma de Chile

**Sônia Benevides, Chef Ejecutiva y MSc en
Ciencias Gastronómicas**
Restaurante O Bule

* Para inscribirse o para conocer más información
sobre estos cursos ingrese a:

www.unisabana.edu.co/unidades/cursosvacacionales



X Escuela Internacional de Verano 2016

¡Inscríbete ya!

Escuela Internacional de Ciencias
Económicas y Administrativas



Universidad de
La Sabana



Introducción General

Escuela Internacional de Verano 2016

La **Escuela Internacional de Ciencias Económicas y Administrativas -EICEA-** quiere ofrecerte los mejores **Cursos Vacacionales Internacionales** con profesores extranjeros altamente calificados.

Se trata de una excelente oportunidad para ampliar tus conocimientos, practicar inglés y vivir una experiencia de internacionalización en casa. Además, los créditos de los cursos que tomes serán homologados por materias de tu pensum académico.

Este año, en la X versión de la Escuela Internacional de Verano podrás elegir entre una oferta de ocho (8) cursos correspondientes a diferentes áreas del saber de la EICEA: Administración y Organizaciones,

Innovación y Emprendimiento, Mercadeo, Gestión de Operaciones, Economía, Finanzas, Servicio, Hospitalidad y Calidad y Artes Culinarias.

El valor de los cursos incluye: refrigerios, material de clase y certificado de participación.

** Los estudiantes que deseen homologar los cursos de 3 créditos por electivas de 2 créditos podrán hacerlo siempre y cuando se cancele el valor total del curso.*

*** Si eres estudiante de otra Facultad, tu homologación estará sujeta a la aprobación de la Dirección de tu programa.*

Mayor Información:

Carolina Velásquez Mora

Jefe de Relaciones Internacionales EICEA

carolina.velasquez@unisabana.edu.co

8615555 extensión 21030

Andrea Cabrera

Coordinadora Internacionalización EICEA

andrea.cabrera@unisabana.edu.co

Business Strategy: Powerful Strategies & Practical Tools

Área: Administración y Organizaciones



Paul Prabhaker, Ph.D
Northern Illinois University



Jorge Ochoa
Universidad de La Sabana

Temas principales

- Strategic business basics: macro-level strategy module
- Strategic planning: mid-level strategy module
- Strategic customer & product management : Micro-level strategy module.
- Strategic revenue management
- Commercial innovation tools & techniques
- Strategic management
- The strategic management process
- Corporate strategies
- Competitive strategies
- Current strategic management issues
- The strategy of international business
- Strategy & the firm
- Global expansion, profitability & profit growth
- Cost pressures & pressures for local responsiveness

Each STRATEGICTOOL has an application component.

Idioma: Inglés

Inicio: Lunes 13 de Junio

Fin: Sábado 18 de Junio

Horario: 9:00 a 2:00 pm

No. de horas: 30

Idioma: Inglés

Inicio: Lunes 20 de Junio

Fin: Martes 28 de Junio

Horario: 9:00 a 2:00pm

No. de Horas: 34

Descripción General

The Business Strategy module is designed to provide the participants with an aggressive competitive experience. The latest, cutting-edge practice and tools will be discussed and shared. The goal is to equip the practicing executive in a way to make him / her more deliberate and effective in strategy practice. Strategic Management is a mindset that is essentially wrapped around the fundamental goal of profiting through creating value in the marketplace. This requires a professional knowledge of market dynamics, competitors' capabilities and customer relationship management. A primary goal of this course is to provide a thorough familiarity with advanced tools and techniques of the strategic function.

Homologación

AE: Direccionamiento Estratégico I o Electiva de 2 créditos

ANI: Direccionamiento Estratégico I, Competitividad y Estrategia o Electiva de 3 créditos

A&S: Electiva de 2 créditos

AML: Direccionamiento Estratégico I o Electiva de 2 créditos

EYFI: Homologa por 2 créditos electivos

Inversión: \$990.000



Innovation, Institutions and Cultures

Área: Innovación y Emprendimiento



Bice Della Piana, Ph.D
University of Salerno

Temas principales

- Analysis of cultural, economic and social variables
- Innovation behavior
- Managing innovation
- Institution-based view of innovation
- Global innovative organizations
- Creativity and problem solving
- Strategic alliances

Idioma: Ingles

Inicio: Martes 7 de Junio

Fin: Viernes 17 de Junio

Horario: 9:00 a 1:00pm

No. de Horas: 36

Descripción General

The course aims to provide students with knowledge related to the analysis of cultural variables, as well as economic and social, that have an impact on innovation behavior. It also aims to develop skills necessary for understanding the problems of interaction between different cultures within an organization or between organizations of different nationalities, for managing innovation. This course will place greater emphasis on the cultural conditions required to deal with the innovation in real world.

Homologación

- AE: Espíritu Emprendedor, Industrias Mundiales Innovadoras o Electiva de 2 Créditos
- ANI: Electiva de 2 créditos
- A&S: Electiva de 2 créditos
- AMLI: Industrias Mundiales Innovadoras o Electiva de 2 Créditos
- EYFI: Homologa por 2 créditos electivos
- GAS: Espíritu Emprendedor o Electiva de 2 Créditos

Inversión: \$780.000



Services Marketing and Management

Área: Servicio, Hospitalidad y Calidad
Mercadeo



Uday S. Tate, Ph.D
Marshall University

Temas principales

- Foundation of services
- Planning and producing the service performance
- Designing the service setting
- Leveraging the people factor
- Managing the customer mix
- Setting the price
- Promoting the interactive service experience
- Regaining customer confidence
- Research service success and failure
- Developing marketing strategies for services
- Coping with fluctuating demand for services
- Thinking globally

Idioma: Ingles

Inicio: Martes 7 de Junio

Fin: Viernes 17 de Junio

Horario: 9:00 a 1:00pm

No. de Horas: 36

Descripción General

Examination of the management and marketing of services offered by business and non-business organizations with particular emphasis on the unique aspect of the services marketing mix and the implementation of service strategy.

The course will consist of a combination of lectures, case studies, team projects, and participative discussions/activities, analysis of video clips, presentations of projects/case analysis, etc.

Homologación

- AE: Electivas de 2 créditos o electiva de 3 créditos según plan de estudios
- ANI: Electiva de 3 créditos
- A&S: Electiva de 2 créditos
- AMLI: Plan Antigo: Electiva de Énfasis 2 créditos, Plan Nuevo: Énfasis AMLI de 3 créditos
- EYFI: Homologa por 2 créditos electivos
- GAS: Homologa por 3 créditos electivos

Inversión: \$990.000



Purchasing Strategy and Supply Management

Área: Gestión de Operaciones



Cristiane Biazzin, Ph.D

Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas

Temas principales

- Core concepts: purchasing, supply chain and value chain
- Activities part of supply chain management
- Historical stages of purchasing evolution
- Purchasing operations: polices, process and procedures
- Strategic sourcing: commodity management, supplier Development & quality management
- Strategic sourcing: demand planning
- Strategic sourcing: negotiation
- Critical supply chain elements
- Purchasing services, electronics sources
- Performance evaluation & measurement.
- Outsourcing, offshoring & global Strategies
- Supply chain sustainability and risk management
- Supply chain ethics
- Future directions & trends

Idioma: Ingles

Inicio: Viernes 10 de Junio

Fin: Viernes 17 de Junio (incluido sábado 11 de Junio)

Horario: 9:00 a 1:30pm

No. de Horas: 30

Descripción General

The course develops competences in using instruments and tools that allow the planning, implementation and control of purchasing strategies and supply management.

The subject requires active interaction in all activities, with strong emphasis on group activities such as dynamics, panels, case discussions, simulations, text analysis and exercises.

Homologación

- AE: Electivas de 2 créditos o electiva de 3 créditos según plan de estudios
- ANI: Electiva de énfasis de 3 créditos
- A&S: Electiva de 2 créditos
- AMLI: Plan Antiguo Énfasis de Logística 2 créditos, Plan Nuevo Énfasis AMLI de 3 créditos
- EYFI: Electiva de 2 créditos
- GAS: Electiva de 3 créditos

Inversión: \$990.000



Branding and Product Development

Área: **Mercadeo**



Duarte Xara - Brasil, Ph.D
Polytechnic Institute of Setúbal

Temas principales

- Brand basics
- Brand definition and types of brands
- The role of the brands in the organization
- Brand manager
- Brand Identity
- Brand identity major approaches
- Brand personality
- Managing brand identity components
- Brand identity, value proposition and positioning
- Branding development vectors
- New product / innovations introduction
- New markets selection
- Brand performance
- Brand equity
- Marketing metrics

Idioma: Ingles

Inicio: Martes 7 de Junio

Fin: Viernes 17 de Junio

Horario: 9:00 a 1:00pm

No. de Horas: 36

Descripción General

This course is focused on the development of student competences in product and brand management: evaluate brand importance and impact for organizational performance, develop and improve a brand strategy and suggest improvements in organizational activities, analyze the possibility of brand extensions and launch new products, integrated with organizational brand strategy.

Homologación

- AE: Electivas de 2 créditos o electiva de 3 créditos según plan de estudios
- ANI: Electiva de énfasis de 3 créditos
- A&S: Electiva de 2 créditos
- AMLI: Plan Antiguo: Electiva de Énfasis 2 créditos, Plan Nuevo: Énfasis AMLI de 3 créditos
- EYFI: Homologa por 2 créditos electivos
- GAS: Homologa por 3 créditos electivos

Inversión: \$990.000



Behavioral Finance

Área: Finanzas



Dennis Olson, Ph.D
Thompson Rivers University

Temas principales

- Understand how psychology and emotions affect financial decision making
- Recognize various investor biases and explain how they affect behavior
- Articulate the differences between behavioral and neoclassical finance
- Identify the various anomalies and challenges to market efficiency
- Describe historical bubbles and demonstrate how future bubbles might be identified
- State the advantages of prospect theory and bounded rationality over neoclassical financial theories
- Explain momentum, herding, and the impact of noise traders

Idioma: Ingles

Inicio: Martes 7 de Junio

Fin: Viernes 17 de Junio

Horario: 8:30 a 12:30m

No. de Horas: 36

Descripción General

Behavioral finance studies the impact of psychology and human emotions on investment and financial decision-making processes. It examines the validity of the traditional assumptions of market efficiency and individual rationality so pervasive in the finance literature.

Homologación

- AE: Plan Antiguo: Electiva de 2 créditos, Plan Nuevo: Electiva de 3 créditos
- ANI: Plan Antiguo y Plan Nuevo Electiva de Énfasis de 3 créditos
- A&S: Plan Antiguo y Nuevo Electiva de 2 créditos
- AMLI: Plan Antiguo: Electiva de Finanzas 3 créditos, Plan Nuevo: Electiva de 3 créditos
- EYFI: Seminario de Plan de Estudios Obligatorio de 4 créditos (para poder hacer efectiva la homologación se debe realizar también el curso de Econometría aplicada para el Análisis Macro Financiero)

Inversión: \$990,000



Econometría aplicada para el Análisis Macro Financiero

Área: Economía



Nicolas Peña Giraudo, Magister en Economía Financiera
Universidad Autónoma de Chile

Temas principales

- Modelamiento y estimación de series de tiempo
- Modelos de valoración de activos a nivel macro
- Eficiencia de mercado de activos internacionales

Idioma: Español

Inicio: Martes 7 de Junio

Fin: Viernes 17 de Junio

Horario: 2:00 a 6:00pm

No. de Horas: 36

Descripción General

El propósito general del curso es desarrollar las herramientas teóricas y prácticas para una apropiada comprensión de fenómenos empíricos relacionados al área de macroeconomía y finanzas, específicamente, en la comprensión del modelamiento y estimación utilizando datos de series de tiempo, determinación de la valoración de los activos a nivel macroeconómico y la estimación de la eficiencia de mercado de activos internacionales.

Homologación

EYFI: Seminario de Plan de Estudios Obligatorio de 4 créditos (para poder hacer efectiva la homologación se debe realizar también el curso de Behavioral Finance)

Prerequisito: Microeconomía

Inversión: \$780.000



Gastronomía Brasileña: Ciencia, Cultura y Arte

Área: Artes Culinarias



Sônia Benevides, Chef Ejecutiva y MSc en Ciencias Gastronómicas
Restaurante O Bule

Temas principales

- Breve historia de la gastronomía brasileña
- Técnicas de vanguardia en la gastronomía
- Arte en la gastronomía
- Cocina brasileña:
 - Región Norte
 - Región Noreste
 - Región Centro- Oeste
 - Región Sureste
 - Región Sur

Idioma: Portugués con traducción a Español

Inicio: Martes 7 de Junio

Fin: Viernes 17 de Junio

Horario: 9:00 a 1:00pm

No. de Horas: 36

Descripción General

La gastronomía está mostrando su fuerza de muchas maneras y se ha convertido en una gran guía sobre la cultura de un país.

A través de este curso se busca desarrollar un conocimiento general de la diversidad cultural de Brasil a través de su cocina con el desarrollo de platos típicos y la de aplicación de algunas técnicas de vanguardia para su preparación.

Homologación

- A&S: Plan Antigo y Nuevo Electiva de 2 créditos
- GAS: Homologa por 3 créditos electivos

Inversión: \$1.090.000



Nombre del curso	Profesores	Idioma curso	Fecha inicio	Fecha fin	Horario	Duración total	Inversión
Business Strategy: Powerful Strategies & Practical Tools	Paul Prabhaker. PhD Northern Illinois University. Estados Unidos	Inglés	Lunes 13 de junio	Sábado 18 de junio	9:00 a.m. a 2:00 p.m.	64 horas	\$990.000
	Jorge Ochoa Universidad de La Sabana. Colombia		Lunes 20 de junio	Martes 28 de junio			
Innovation, Institutions and Cultures	Bice Della Piana. PhD University of Salerno. Italia	Inglés	Martes 7 de junio	Viernes 17 de junio	9:00 a.m. a 1:00 p.m.	36 horas	\$780.000
Services Marketing and Management	Uday S. Tate. PhD Marshall University. Estados Unidos	Inglés	Martes 7 de junio	Viernes 17 de junio	9:00 a.m. a 1:00 p.m.	36 horas	\$990.000
Purchasing Strategy and Supply Management	Cristiane Biazzin. PhD Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getulio Vargas. Brasil	Inglés	Viernes 10 de junio	Viernes 17 de junio (incluido sábado 11 de junio)	9:00 a.m. a 1:30 p.m.	30 horas	\$990.000
Branding and Product Development	Duarte Xara-Brasil. PhD Polytechnic Institute of Setúbal. Portugal	Inglés	Martes 7 de junio	Viernes 17 de junio	9:00 a.m. a 1:00 p.m.	36 horas	\$990.000
Behavioral Finance	Dennis Olson. PhD Thompson Rivers University. Canadá	Inglés	Martes 7 de junio	Viernes 17 de junio	8:30 a.m. a 12:30 p.m.	36 horas	\$990.000
Econometría aplicada para el Análisis Macro Financiero	Nicolás Peña Universidad Autónoma. Chile	Español	Martes 7 de junio	Viernes 17 de junio	2:00 p.m. a 6:00 p.m.	36 horas	\$780.000
Gastronomía Brasileira: Ciencia, Cultura y Arte	Sônia Benevides Restaurante O Bule. Brasil	Portugués con traducción simultánea al Español	Martes 7 de junio	Viernes 17 de junio	9:00 a.m. a 1:00 p.m.	36 horas	\$1.090.000