

Curso	Código	Semestre/ año al que pertenece	Número de créditos	Descripción	Conocimientos previos / Recomendaciones	Idioma
ADVERTISING AND CREATIVITY / Creatividad y Publicidad	MKCP	IX/ 5to año	4	This is an introductory class to the world of the brand, marketing communications and advertising, as seen and lived through the advertising agency. Based on a clear understanding of what a brand is and how communications build a relationship between people and the brand, we enter into the world of advertising and ad agencies, where students will gain understanding of the market and what are the main areas of an agency: account management, brand planning and creativity. We will review the most important global creative awards such as Cannes Lions. An analysis of advertising campaigns will be required throughout the course. At the end students will be coached to create a big idea of an advertising campaign.	Conocimiento de Fundamentos de Marketing	Inglés
Employability Management	ADGE	IX/ 5to año	4	<p>The course corresponds to the General Training area, being of a theoretical and practical nature and offers the strategies and tools necessary to help the future professional to become part of the workforce. The course will allow the students to analyze themselves in detail, discovering their strengths, competences, attitudes and skills, thus obtaining a clear image of themselves and their professional objectives over time, managing to clarify the relationship with their personal values and with their personal and family life.</p> <p>Managing employability is determining how to continually build and refine your own career, achieving a harmony between what each one values in life, with what they know how to do well, that doing the work associated with your career makes you feel good and generates satisfaction and personal welfare.</p>	Se recomienda a alumnos de último ciclo de estudios	Inglés
Innovación Financiera	FZFI	VIII/4to año	4	La innovación financiera ha implicado -a través del tiempo- una nueva forma en que los agentes económicos van interactuando en los mercados financieros y reales de la economía. Por ejemplo, la invención de las tarjetas de crédito en los años setenta del siglo pasado, la creación de instrumentos estructurados de inversión o las nuevas aplicaciones (apps) desarrolladas para los teléfonos celulares. Como la innovación financiera está enraizada en el desarrollo económico y en el surgimiento de nuevos mercados; es importante estudiar cómo esta innovación está impactando en los mercados financieros y reales de la economía y como están evolucionando estos mercados, de la mano de la innovación financiera.	Conocimiento previo en curso de Finanzas Corporativas	Español
Política de Empresa 1	PE1	VIII/ 4to año	4	El curso será desarrollado de manera eminentemente teórica, donde el alumno se entrenará en el uso de las herramientas y metodologías necesarias para realizar un análisis riguroso que le permita entender la estrategia en las empresas. Se reflexionará acerca del estudio interno y externo de una organización y en descubrir qué la hace diferente del resto. Se busca desarrollar la capacidad crítica de los alumnos en el campo de la dirección estratégica con la finalidad de que puedan distinguir cuáles son las estrategias y modelos de negocio más adecuados para lograr un desempeño superior y sostenible. Dado que es la primera política de empresa que llevan el curso estará más centrado en los fundamentos (más del 80% del curso), pero siempre tratando de relacionar los conceptos a ejemplos de empresas u organizaciones del entorno.	Conocimiento previo en cursos sobre Evaluación de Inversiones, Planeamiento Comercial y Gestión de Operaciones	Español