



ESAN
INTERNATIONAL
WEEK



esan GRADUATE
SCHOOL OF
BUSINESS

MINDSETS
CHANGE

BUSINESSES
CHANGE

LEAD THE

EVOLUTION

JANUARY 11-23, 2021



LEAD THE

EVOLUTION



01
STRATEGY

02
MANAGEMENT & HR

03
MARKETING

04
INNOVATION & I.T.

05
BUSINESS &
ENTREPRENEURSHIP

HAZ CLICK EN CADA ÁREA
PARA MAYOR INFORMACIÓN.





01 STRATEGY

EJECUCIÓN EXITOSA DE LA ESTRATEGÍA

Hasta las estrategias de negocio mejor sustentadas pueden fallar por no planear su ejecución. Sin embargo, los casos exitosos de ejecución de la estrategia incluyen objetivos ambiciosos (olvidémonos de los Smart), un sistema de evaluación del desempeño robusto y transparente (olvidémonos de los 360°), y una reestructura organizacional enfocada a transformar el negocio de los clientes (olvidémonos de los controles internos).



PROFESOR

Anabella Dávila, Ph.D.

La investigación y labor docente de la Dra. Dávila se ha desarrollado en las áreas de cultura laboral, gestión estratégica de recursos humanos, sostenibilidad y desarrollo humano. Su trabajo examina la lógica social que gobierna las organizaciones latinoamericanas. Actualmente es líder del Grupo de Investigación con Enfoque Estratégico (GIEES) de Estrategia y Administración de las Organizaciones en Economías Emergentes.

ESTRATEGIA PARA CREAR VALOR POR MEDIO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

El propósito del presente curso teórico-práctico es ayudar a los participantes a desarrollar su habilidad de crear valor en las organizaciones mediante el uso de nuevas tecnologías. En concreto, el curso enfatizará la necesidad de cambiar la forma de pensar estratégicamente cuando se compite mediante plataformas, blockchain, inteligencia artificial, machine learning e internet de las cosas.



PROFESOR

Fabrizio Noboa, Ph.D.

Fabrizio obtuvo su PhD en Management en el IESE Business School en el año 2004. Durante 10 años fue el Decano del USFQ Posgraduate Business School. Desde el año 2019 se desempeña únicamente como profesor a tiempo completo de estrategia en el USFQ Business School (Ecuador). Sus investigaciones han sido publicadas en el Journal of Management, The Services Industries Journal y en el Journal of Business Research. De forma similar, dos de sus casos de negocios se encuentran disponibles en la base de datos de Harvard Business Publishing gracias al consorcio BALAS-CLADEA y a una colaboración conjunta con Thunderbird School of Global Management.

VOLVER AL
INICIO



ESAN
INTERNATIONAL
WEEK



02 MANAGEMENT & HR

ORGANIZATIONAL TRANSFORMATION

Organizational transformation is concerned with enabling organizations as platforms for the implementation of business strategies. Departing from the decisions that leaders make, this course integrates dynamics at the individual, group, and organizational levels of analysis that allow for execution of those decisions. We will draw on key concepts in organizational behavior, including motivation, perceptions and attributions, group dynamics, communication, decision-making, leadership, power and politics, conflict management, organizational culture and structure.



PROFESOR

Michel Hermans, Ph.D.

Michel Hermans is an Assistant Professor at IAE Business School – Austral University in Argentina. A native of the Netherlands, he obtained his Bachelor and Master of Science degrees in Business Administration at the Rotterdam School of Management, Erasmus University. Awarded a Fulbright scholarship, Michel completed his doctoral studies (PhD) in Industrial and Labor Relations at Cornell University in the United States. His research projects focus on Strategic Human Resource Management, the use of HRM practices to build organizational capabilities, and the role HRM in organizational change trajectories. His work has been published in the Journal of International Business Studies, Journal of Business Research, Multinational Business Review, Research in Personnel and Human Resource Management, Academy of Management Conference Proceedings, and the Harvard Business Review (Latin American edition). Also, he has authored several book chapters on human resource management in Latin America.

LIDERAZGO EMOCIONALMENTE ECOLÓGICO

En este curso se utilizará el modelo de Ecología Emocional desarrollado por Conangla y Soler en el ámbito personal y empresarial. La gestión de las emociones se ha convertido en un factor fundamental para mejorar nuestra propia estabilidad, nuestra relación con los demás y entender que todos contribuimos a la construcción de un mundo mejor. Se propone el liderazgo emocionalmente ecológico como un liderazgo que inspire con el ejemplo entendiendo el concepto de "intersomos" para hacer que cada uno aporte su mejor versión para el beneficio mutuo, además se comenta sobre la importancia de auto liderarse para poder liderar.



PROFESOR

Roberto Solano, Ph.D.

Doctor en Mercadotecnia por la Universidad de Texas A&M, con un MBA y grado de Ingeniero Químico Administrador por el Tecnológico de Monterrey. Ha trabajado desde 1985 en la Universidad de las Américas, Puebla, donde fue decano de la Escuela de Negocios y Economía por más de 12 años y director de UDLAP Consultores. Ha participado en conferencias plenarias en Argentina, Bolivia, Colombia, Costa Rica, Uruguay, Perú, Brasil, Venezuela, Ecuador y México.

[VOLVER AL
INICIO](#)

[LEER LOS SIGUIENTES
CURSOS](#)



02 MANAGEMENT & HR

BUILDING AND USING BALANCED SCORECARDS FOR PERSONAL AND CORPORATE SUCCESS

Many companies have been using "balanced scorecards" to turn their corporate goals into management practice. This class will walk students through the logic of the balanced scorecard approach, providing examples of how companies have both succeeded and failed in their use. To go beyond high-level corporate examples, we will also be developing personal balanced scorecards so that students can chart out road maps for their personal success and the achievement of career goals. We will use cases, discussions, and numerous examples to support the class objectives.



PROFESOR

William Bommer, Ph.D.

Bill Bommer is a professor and former Craig Fellow in Organizational Behavior and Leadership at California State University, Fresno. He currently serves as the Director for International Business Programs at the Craig School of Business. He was the Provost's Award Winner for Research at the university, which is granted to one faculty member per year. He holds a Ph.D. in Organizational Behavior from Indiana University and also a Master's Degree in Organizational Development from Bowling Green State University

EXECUTIVE NEGOTIATION: HOW TO NEGOTIATE WITH CONFIDENCE

This course provides a detailed map of the hidden psychology underlying negotiation moves and tactics, as well as expert negotiation planning techniques, methods, and tools. Students will come away with both enhanced negotiation capabilities and the confidence needed to apply these skills effectively in every aspect of life.

No matter what your role or level of experience, you will learn how to build collaborative relationships as you successfully negotiate deals, disputes, budgets, and new initiatives.



PROFESOR

Brian Harman, Ph.D.

Brian M Harman, PhD, MBA, is an Official Member of the Forbes Coaches Council and 3-time global TEDx speaker. Outside of writing articles and books, he teaches students and organizations how to create a fun, creative and supportive workplace by using humor to build trust. Brian conducts studies and harnesses research to bridge the gap between academics and real-world leadership development. He's also obsessed with laughing and integrates collaborative humor activities into everything he teaches. Outside of being a leadership professor and consultant, Brian enjoys reading, meditation, and travel.

VOLVER AL
INICIO





03 MARKETING

COMPETIR CON ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

Es posible en una compañía: integrar en la estrategia de marketing los factores sociales y ambientales del entorno de la empresa, hacer aportaciones significativas al bienestar social, y reducir, compensar e incluso mejorar el estado del medio ambiente; y, a la vez reforzar su competitividad, su rentabilidad y la fortaleza de su marca? La respuesta es un gran SI. Muchas lo hacen y muchas más se plantean como hacerlo. Si quiere estar al día de la investigación de las mejores prácticas de Marketing de Sostenibilidad ésta es su asignatura. El marketing convencional continúa existiendo en un espacio económico en el que parece que no hay límites en la disponibilidad de recursos y en el número de vertederos en los que enterrar los residuos generados por el consumo.



PROFESOR

Joseph Gali, Ph.D.

Soy experto en el análisis de conductas de consumo y en la definición de estrategias empresariales y de política pública derivadas del conocimiento del fenómeno del consumo. Con más de 25 años de actividad de investigación, docencia en ESADE y otras universidades, y consultoría (AXIS Consultants), he trabajado en proyectos de prospectiva del consumo con especial énfasis en el fenómeno de consumo sostenible y en la aplicación de políticas de responsabilidad empresarial en el campo comercial y del marketing.



PROFESOR

Mahesh Rajan, Ph.D.

Dr. Mahesh Rajan is a Professor in the Lucas College of Business, San José State University and teaches in the areas of Global Enterprise Management and Marketing. Professor Rajan also served as the first MBA Director at the Lucas Graduate School of Business from August 2009 to December 2012. In addition to teaching at San José State University, he has taught at several eminent business schools in the United States, Australia, Japan and Central America including the University of Michigan, Ann Arbor, the Australian Graduate School of Management, the University of Western Australia, Nagoya University of Foreign Studies, and INCAE.

VOLVER AL
INICIO



**ESAN
INTERNATIONAL
WEEK**



04 INNOVATION & I.T.

GESTIÓN DE OPERACIONES 4.0 Y EL INTERNET DE LAS COSAS



La Gestión de Operaciones es un área instigadora y que tiene cambiado mucho en las últimas décadas en tres sentidos principales:

1 - Se volvió más estratégica, a la medida que queda cada vez más claro su potencial de contribución para el desempeño competitivo de las organizaciones en que se insertan.

2 - Amplió su objetivo de actuación, de exclusivamente fabril para un objetivo que incluye la gestión de los tan importantes servicios - no solo con relación a las empresas tradicionalmente consideradas «proveedoras de servicios», como los hospitales y las compañías aéreas, pero también en relación con las parcelas crecientes de servicios que las empresas manufactureras han ofrecido a sus clientes como forma de diferenciarse de la concurrencia.

3 - Más recientemente, extendió su horizonte de preocupaciones, de la gestión solo de unidades operacionales (las fábricas individuales, las unidades individuales de prestación de servicios) para la gestión de redes de unidades operacionales interactivas, las llamadas «redes de suministro». Además de esas tres ampliaciones de objetivos, una cuarta fase de evolución de gestión de operaciones ha surgido fundada en la innovación tecnológica y en la internet, la manufactura avanzada o 4.0.

PROFESOR

Leandro Morilhas, Ph.D.

Doctor (2012) y Master (2007) en Administración por la Facultad de Administración de la Facultad de Economía, Administración y Contabilidad de la Universidad de São Paulo (FEA - USP), especialista en Gestión de Empresas y Contabilidad por las Facultades Integradas Urubupungá (2003) y graduado en Administración por las Facultades Integradas de Jales (2002). Hizo cursos de extensión en las universidades de Cambridge (Inglaterra), Lyon (Francia) y Harvard (EE. UU.). Actualmente es el director ejecutivo de dos startups educativas, Leandro Morilhas - Soluciones Educacionales enfocada en educación corporativa 4.0 (www.leandromorilhas.com.br) y Alternativa Cursos y formación de gestores educativos más enfocada a la consultoría y asesoría en gestión educativa para universidades.

[VOLVER AL
INICIO](#)

[LEER LOS SIGUIENTES
CURSOS](#)



04 INNOVATION & I.T.

TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y LA SOCIEDAD DIGITAL

El advenimiento de Internet y el abaratamiento de las tecnologías de información, promoviendo su disponibilidad en todo momento y lugar, han transformado las diferentes maneras en que la sociedad se desenvuelve. Este curso aborda y analiza el impacto de la tecnología en la transformación de la sociedad en los ámbitos familiar, laboral, político, comercial y educativo. Se identifican las nuevas reglas de interacción, además de los riesgos y oportunidades que emergen. Finalmente, se establecen rutas de acción para aprovechar las tecnologías como herramientas para un cambio social y económico positivo e intencional.



PROFESOR

Guillermo Rodríguez, Ph.D.

El Dr. Guillermo Rodríguez, es ingeniero bioquímico y maestro en Sistemas de Información por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, así como maestro y doctor en Administración de Empresas con especialidad en Sistemas de Información por la Universidad de Texas en Arlington. Posee más de 30 años de experiencia en instituciones educativas en México y Estados Unidos. Tiene numerosas publicaciones en revistas y congresos y es participante activo en diferentes asociaciones académicas y profesionales.

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO



PROFESOR

Carlos Atoche, Ph.D.

El Dr. Carlos Atoche Kong es Ingeniero de Sistemas por la Universidad Nacional de Ingeniería, de Lima, Perú. Antes de incorporarse a la academia él ha trabajado en diversas empresas, habiendo ocupado diversos puestos como Ingeniero de Sistemas para Manufactura, en ARMCO Perú, Director General y de Operaciones en iniciativas propias de emprendimiento tecnológico, Director Académico de la Universidad de Piura, Consultor internacional para Naciones Unidas y el Banco Mundial sobre procesos de modernización gubernamental y Planeamiento Estratégico, asesor de la sub-secretaría de Educación del Perú en procesos de cambio tecnológico y Reingeniería Empresarial, y finalmente como Director de Sistemas del grupo Industrias Nettalco, una de las corporaciones textiles más grandes de Perú. El Dr. Atoche ha recibido los grados de MBA y PhD de la EGADE Monterrey, con estudios doctorales sobre Gestión de Innovación y Tecnología en la "Judge Business School" de la Universidad de Cambridge, en Inglaterra.

**VOLVER AL
INICIO**



05

BUSINESS & ENTREPRENEURSHIP

THE WORLD OF WORK & AUTOMATION AFTER COVID19

The Course aims to develop the students' overall understanding of how the COVID19 pandemic accelerated the rate of change in some industries. Students will generate responses to case study challenges grounded in theory and practice. The Course contributes to the students' lifelong appreciation of how the core values of work respond to changing circumstances, particularly as cities and urban centres suffer more and more shocks and stresses as a result of climate change and global crises.

The need for this analysis is clear: Unemployment is set to rise in some sectors raising the need for re-skilling programmes; The V-shaped recovery several economists initially expected looks more unlikely hindered by the endemic nature of the virus; Some of the hardest hit industries have recovered only a little: aviation, tourism, leisure, etc.; The need to understand which industries have been impacted by automation and why.



PROFESOR

Samer Bagaeen, Ph.D. 

Samer is a highly networked polyglot (English, Arabic, Spanish & Italian), urban practitioner, city diplomat and educator with a strong self-starting attitude and an international experience working alongside ministers, mayors and elected officials, practitioners and the broader community helping equip forward-thinking communities and leaders with the tools to welcome growth, manage projects, strengthen infrastructure, and forward plan for precovery.

Samer holds a BA in Architecture from University College London (UCL), a Masters of Urban Design in Developing Countries from UCL, and a Diploma in International Cooperation for Development from the Universidad Politecnica de Madrid. He also holds a Ph.D. in Planning Studies from UCL and an MBA from the University of Strathclyde in Glasgow, Scotland.

**VOLVER AL
INICIO** 

**LEER LOS SIGUIENTES
CURSOS** 



**ESAN
INTERNATIONAL
WEEK**



05 BUSINESS & ENTREPRENEURSHIP

ENTREPRENEURIAL DESIGN OF VALUE PROPOSITIONS

This practical focused course focuses on the recently published book called "Value Proposition Design" of Osterwalder et al. It builds on the international bestseller "Business Model Generation". The new book helps us in guiding the process of designing sense-making value propositions: the heart of each innovative and successful business model. The "Value Proposition Design" (VPD) framework is used to explore and develop your entrepreneurial and creative skills. Besides an introduction into value position design and entrepreneurship, you will work in a group to develop an innovative Value Proposition (VP).



PROFESOR

Mark Govers, Ph.D.

Dr. Mark JG Govers (1967) is an out-of-the-box thinker from The Netherlands with a PhD in management sciences. He works at the intersection between developing, applying and teaching knowledge focused on socio-technical issues. Since 2006, he is an associate professor at Maastricht University. As (visiting) professor, he lectures information, management and organizational science in The Netherlands and in Colombia. Besides his academic work, he is a senior advisor at his own consultancy firm called Archipel Consulting.



PROFESOR

Miguel Angel Montoya, Ph.D.

El Dr. Miguel Angel Montoya B. es profesor-investigador del Tecnológico de Monterrey en el campus Guadalajara desde 1996. Es doctor en Economía Aplicada por la Universidad Autónoma de Barcelona. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología en México. Ha publicado o presentado trabajos de investigación sobre economía aplicada negocios globales y para la Base de la Pirámide en revistas académicas o conferencias arbitradas en Reino Unido, EE.UU., China, España, Colombia, Chile, Argentina, Brasil, Perú y México. Ha impartido clases en la Moore School of Business en U. of South Carolina (Columbia, EE.UU.), en la Montpellier Business School (Francia), en la Bordeaux Business School (Francia), U. de San Francisco de Quito (Ecuador) y en el Instituto Ortega y Gasset (Madrid, España).

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Este curso ofrece una introducción a los fundamentos del entorno global de la empresa y los factores culturales, institucionales y económicos que influyen sobre la gestión empresarial en este entorno. Los temas principales examinados son: la globalización; instituciones formales (Estado, legislación) e informales (cultura) y su variación a través de diferentes países y regiones; desarrollo y cambio económico; comercio internacional, inversión extranjera directa e integración económica; la estrategia internacional, selección de mercados exteriores y modalidades de entrada en estos mercados. Aunque el curso se basa en diversos conceptos y marcos analíticos, su énfasis está en la aplicación de estos conceptos y marcos a las situaciones concretas que las empresas enfrentan a nivel estratégico.

**VOLVER AL
INICIO**



LEAD THE EVOLUTION

esan.edu.pe/iwesan/



INFORMES:

Rosangela Peralta

940 766 447

E/ rperalta@esan.edu.pe

esan.edu.pe

