

CURSO

Propedéutico de matemáticas para la Maestría en Administración (en colaboración con el Departamento de Estudios Empresariales)

Reseña del programa	Ofrece una base algebraica y matemática que permita homogeneizar los conocimientos que, por su distinta formación académica, poseen los aspirantes a cursar la Maestría en Administración.
Expositor	Mtro Luis Felipe Hernández
Currículum del expositor	Licenciatura en Actuaría por la Universidad Anáhuac, Maestría en Administración de Empresas por la Universidad La Salle, y Doctorado en Desarrollo Humano por la UIA Ciudad de México. Dentro de su experiencia profesional se ha desempeñado en el área de proyectos en empresas como Productora y Comercializadora de Televisión por Cable, y Seguros Comercial América, Grupo Aluminio, S.A. También ha trabajado para Johnson and Higgins (Nueva York) donde representó a Brockman y Schuh.
Perfil de ingreso	Egresados de cualquier licenciatura que necesiten refrescar y completar sus conocimientos matemáticos para cursar la Maestría en Administración de Empresas.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar sus estrategias de cálculo, manejo del álgebra, análisis de datos para planteo y resolución de problemas, discriminación de enunciados importantes, productos notables y factorización, análisis y resolución mental de problemas, entre otros
Contenido temático	<ul style="list-style-type: none"> Las características de las secciones matemáticas Repaso de números reales: positivos, negativos, recta de los reales, colocación de reales en la recta: suma, resta, multiplicación y división de números Los fundamentos del álgebra : suma, resta, división, multiplicación, despeje de incógnitas Leyes de los signos en suma, resta, multiplicación y división Ecuaciones de primer grado con una incógnita y extensión a dos o más incógnitas y su resolución Los productos notables más importantes así como la factorización de los mismos Radicales y exponentes: cómo y cuándo usarlos. Manejo de radicales y exponentes en suma, resta, multiplicación y división, así como potencia de potencias Teorema de Pitágoras para triángulos rectángulos y distancia entre dos puntos en el plano Obtención de interés simple, compuesto, descuento simple, compuesto, manejo de finanzas elementales, con porcentajes y fracciones Resolución de problemas de matemáticos

CURSO

Propedéutico de matemáticas para la Maestría en Administración (en colaboración con el Departamento de Estudios Empresariales)

Informes Lic. Pedro Pérez Olmos
59.50.40.00 Ext.4970
pedro.perez@uia.mx

Daniel Guerrero Rosales
Tel 59.50.40.00, Ext.7213
soporte.caio1@uia.mx

Coordinador del área Mtro. Guillermo Gómez Abascal
Tel. 59.50.40.00 Ext. 7626
guillermo.gomez@uia.mx

www.diplomados.uia.mx

La Universidad Iberoamericana se reserva el derecho de posponer o cancelar los programas. Todos los alumnos de la Dirección de Educación Continua quedan regidos por los reglamentos generales de la Universidad Iberoamericana, así como de los reglamentos particulares internos.

CURSO

Seminario de estrategia competitiva (titulación para la Maestría en Administración) (en colaboración con el Departamento de Estudios Empresariales)

Reseña del programa	Propone la estrategia competitiva cuyo propósito es definir qué acciones se deben emprender para obtener mejores resultados en cada uno de los negocios en los que interviene la empresa; por lo que el éxito está condicionado por la capacidad de la empresa para superar a la competencia y desde luego, por la bondad del bien o servicio desde la perspectiva del cliente. A través del curso los participantes podrán profundizar en temas de actualidad mediante la utilización del método de casos.
Expositor	Lic. Roberto Montalvo Gómez
Contenido temático	<ul style="list-style-type: none"> · Método de caso · Economía y finanzas · Recursos humanos · Mercadotecnia estratégica · Entorno · Dirección · Estrategia
Informes	<p>Lic. Pedro Pérez Olmos 59.50.40.00 Ext.4970 pedro.perez@uia.mx</p> <p>Daniel Guerrero Rosales Tel 59.50.40.00, Ext.7213 soporte.caio1@uia.mx</p>
Coordinador del área	<p>Mtro. Guillermo Gómez Abascal Tel. 59.50.40.00 Ext. 7626 guillermo.gomez@uia.mx</p>

CURSO

Redes Sociales para funcionarios públicos

Sesión Interactiva

(en colaboración con Poder es Red, Notimex, Mier y Terán & Asociados)

Reseña del programa	Proporciona a los servidores públicos interesados en participar en las redes sociales 2.0 las herramientas estratégicas esenciales para interactuar en forma activa, estratégica y eficiente con sus stakeholders, alineando sus objetivos políticos personales a los de las estrategias de comunicación y de imagen de la institución en que prestan sus servicios.
Expositores	Martha Ramos Sosa y Alejandro Rubio
Curriculum de los expositores	<p>Martha Ramos Sosa Más de 20 años especializada en periodismo ciudadano, al frente de ediciones regionales y del Distrito Federal en El Universal. Durante ese tiempo redireccionó la cobertura urbana, desde la nota roja hasta la participación ciudadana. Promotora de herramientas que permiten la interacción con los lectores y usuarios de Internet a fin de fomentar redes de intercambio de ideas, encaminados a la difusión, crítica y análisis de los acontecimientos de nuestro entorno. Inició el proceso de integración de las redacciones web e impresa de El Universal. Pionera de los proyectos www.ejecentral.com.mx y www.barrio.com.mx, difusora de redes sociales.</p> <p>Alejandro Rubio García Involucrado en la comunicación por Internet desde el 2000 como productor ejecutivo del Portal de Entretenimiento "Zoom.TV" de Argos, integrado por el Reality Show en línea "El Inquilino", con transmisión de video en tiempo real y chat; el canal web de comedia interactiva "Me Vale" y la estación de radio web "K-Oz. Autor de la columna Avataria durante el 2007 para el diario "El Centro" dedicada a los mundos virtuales persistentes como Second Life. Actualmente co-escritor de la sección Pierrenotas de Primero Noticias. Socio fundador y director creativo de Philiás, consultoría dedicada al monitoreo y análisis de redes sociales así como al desarrollo de herramientas y procesos para la gestión de comunidad en línea.</p>
Perfil de ingreso	Servidores públicos de nivel medio, medio superior y superior de gobierno en sus tres niveles.
Objetivo	Proporcionar a los servidores públicos interesados en participar en las redes sociales 2.0 las herramientas estratégicas principales para interactuar en forma activa, estratégica y eficiente con sus stakeholders, alineando sus objetivos políticos personales a los de las estrategias de comunicación e imagen de la institución en que prestan sus servicios.

CURSO

Redes Sociales para funcionarios públicos

Sesión Interactiva

(en colaboración con Poder es Red, Notimex, Mier y Terán & Asociados)

- Contextos
 - ¿Cómo se están vinculando las redes sociales 2.0 con la política y las instituciones de gobierno?
 - ¿Por qué son importantes y hasta dónde llega su influencia en la sociedad?
- Prioridades políticas
 - ¿Qué redes 2.0 existen?
 - ¿Cómo identificar las que más convienen?
 - ¿Qué perfil de funcionarios públicos deben participar?
- Sentido de utilidad
 - ¿Qué temas, acciones y programas gubernamentales se deben incorporar a las redes sociales 2.0?
- Perspectiva estratégica
 - ¿Cómo elaborar una estrategia 2.0?
- Ensamblaje
 - ¿Cómo alinear una estrategia 2.0 a las necesidades comunicacionales y de imagen de la institución?
 - ¿Cómo construir identidad e imagen política?
 - ¿Cómo articularlo con otras plataformas de comunicación?
- Operación
 - ¿Cómo interactuar con eficiencia?
 - ¿Cómo diferenciar los mensajes que más convienen a cada una?
 - ¿Cuáles son los límites que se deben poner?
- Continuidad y permanencia
 - ¿Cómo mantener activo y supervisar el proyecto 2.0?
- Situaciones de conflicto
 - ¿Qué hacer en caso de enfrentar conflictos en las redes sociales 2.0?

Informes

Lic. Diana San Martín
Tel: 59.50.40.00 ext. 7426
atencioncorporativa@uia.mx

Coordinador del área

Mtro. Guillermo Gómez Abascal
Tel. 59.50.40.00 Ext. 7626
guillermo.gomez@uia.mx

CURSO

Redes 2.0 para Periodistas

Sesión Interactiva

(en colaboración con Poder es Red, Notimex, Mier y Terán & Asociados)

Reseña del programa	Proporciona a los periodistas interesados en participar en las redes sociales 2.0 las herramientas estratégicas esenciales para interactuar en forma activa, estratégica y eficiente con sus lectores y audiencias, alineando sus objetivos personales a los de las estrategias de comunicación y de imagen de la institución en que prestan sus servicios.
Expositores	Martha Ramos Sosa y Alejandro Rubio
Currículum de los expositores	<p>Martha Ramos Sosa</p> <p>Más de 20 años especializada en periodismo ciudadano, al frente de ediciones regionales y del Distrito Federal en El Universal. Durante ese tiempo redireccionó la cobertura urbana, desde la nota roja hasta la participación ciudadana. Promotora de herramientas que permiten la interacción con los lectores y usuarios de Internet a fin de fomentar redes de intercambio de ideas, encaminados a la difusión, crítica y análisis de los acontecimientos de nuestro entorno. Inició el proceso de integración de las redacciones web e impresa de El Universal. Pionera de los proyectos www.ejecentral.com.mx y www.barrio.com.mx, difusora de redes sociales.</p> <p>Alejandro Rubio García</p> <p>Involucrado en la comunicación por Internet desde el 2000 como productor ejecutivo del Portal de Entretenimiento "Zoom.TV" de Argos, integrado por el Reality Show en línea "El Inquilino", con transmisión de video en tiempo real y chat; el canal web de comedia interactiva "Me Vale" y la estación de radio web "K-Oz. Autor de la columna Avataria durante el 2007 para el diario "El Centro" dedicada a los mundos virtuales persistentes como Second Life. Actualmente co-escritor de la sección Pierrenotas de Primero Noticias. Socio fundador y director creativo de Philias, consultoría dedicada al monitoreo y análisis de redes sociales así como al desarrollo de herramientas y procesos para la gestión de comunidad en línea.</p>
Perfil de ingreso	Reporteros multimedia, con experiencia en el medio. Perfil medio que generen notas para diferentes plataformas
Objetivo	Proporcionar a reporteros, editores y redactores interesados en el periodismo 2.0, herramientas para el uso y aprovechamiento de las redes sociales como fuentes de investigación periodística, difusión e interacción, a fin de generar información de forma eficiente y objetiva, alineando sus objetivos a la línea editorial del medio para el que se trabaja.

CURSO

Redes Sociales para funcionarios públicos

Sesión Interactiva

(en colaboración con Poder es Red, Notimex, Mier y Terán & Asociados)

- Contexto
 - ¿Cómo utilizan los periodistas las redes sociales para obtener información con fines de difusión?
 - ¿Cómo aprovechan las redes sociales para colocar y difundir productos periodísticos?
 - ¿Qué ventajas y desventajas tienen las redes sociales en el trabajo periodístico?
 - Ética periodística a partir de la socialización de la web
 - Nuevas tendencias periodísticas a partir de las redes sociales
- Sentido de utilidad
 - ¿Cómo se pueden utilizar adecuadamente las redes sociales?
 - Potencialidades. Variedad de aplicaciones para transmitir audio, video, fotografías
 - ¿Cómo generar contenidos?
- Prioridades
 - Análisis de plataformas de interacción social
 - ¿Cómo detectar a los personajes públicos con mayor presencia en las redes sociales?
 - ¿Cómo detectar a los organismos públicos, privados y a las organizaciones no gubernamentales con mayor presencia en las redes sociales?
 - Cómo detectar las redes sociales más creíbles.
- Operación
 - ¿Cómo elaborar proyectos periodísticos estratégicos?
 - Ubicación del problema. Tema de investigación
 - Fuentes alternativas de información.
 - Comprobación y trato directo con fuentes no formales
 - Verificación, ampliación del espectro....
 - ¿Cómo construir una imagen y una identidad periodística en las redes sociales?
- Impacto
 - ¿Cómo lograr impacto en las redes sociales, a través de aportaciones periodísticas?
 - ¿Cómo articular mensajes que sean atractivos para los seguidores de redes sociales?
 - Promoción del reportero
 - Participación del internauta
- Situaciones de crisis
 - Qué hacer en caso de enfrentar un conflicto en las redes sociales?

Informes

Lic. Diana San Martín
Tel: 59.50.40.00 ext. 7426
atencioncorporativa@uia.mx

Coordinador del área

Mtro. Guillermo Gómez Abascal
Tel. 59.50.40.00 Ext. 7626
guillermo.gomez@uia.mx

CURSO

Estrategias de competencia regulatoria

Reseña del programa	<p>El proceso de fusiones y adquisiciones que han tenido algunas empresas globales en la región de Latinoamérica, ha propiciado mayor intervención regulatoria por parte de los gobiernos en industrias estratégicas. Dicha intervención ha demandado más coordinación y comunicación entre las autoridades de competencia y reguladores sectoriales a nivel regional.</p> <p>Ante esto, es imperativo que se logre entender la importancia que tiene la política de competencia y regulación económica en el sector de energía.</p>
Expositor	Dr. Marcos Ávalos
Currículum del Expositor	<p>Egresado de la Licenciatura en Economía por la UNAM, Maestro en Economía por el CIDE y Doctor en Economía por la Essex University de Reino Unido. Cuenta con experiencia en Política de Competencia y regulación económica en diversas industrias entre las que destacan: Industria de aerolíneas México y Centroamérica (incluye a Panamá); industria del Cemento en México y el Istmo Competencia, sistema financiero (competencia bancaria) México y Centroamérica, Telecomunicaciones en Centroamérica, Gases Industriales, Industria Cervecería, en México entre otras. Se ha desempeñado como consultor para diversas empresas y organismos y como académico en la Universidad Anáhuac, Universidad Iberoamericana, CIDE, ITAM e ITESM. Actualmente es académico e investigador de tiempo en la Universidad Iberoamericana.</p>
Perfil de ingreso	<p>Ejecutivos, mandos medios de empresas, profesionales, académicos y tomadores de decisiones que dimensionen la importancia que tiene la política de competencia y regulación económica sectorial en el sector de energía, y en particular del gas natural y gas LP.</p>
Objetivo	<p>Satisfacer las necesidades de aquellos funcionarios, profesionales y académicos que por su actividad profesional requieren de un entrenamiento específico en los aspectos económicos del análisis de competencia y regulación económica en el sector de energía, en particular en la industria del gas natural y LP. Tratar los conceptos económicos más importantes con el fin de que los participantes comprendan y desarrollen el conocimiento de las herramientas teóricas básicas de economía de la regulación y competencia económica.</p>
Contenido temático	<ul style="list-style-type: none"> · Conceptos Económicos para el Análisis de Política de Competencia y Regulación Económica · La Regulación · Política de Competencia en México · Política de Regulación económica en México · Regulación de "Monopolio Natural": Gas Natural y Gas LP · Discusión y análisis de Casos

CURSO

Estrategias de competencia regulatoria

Informes

Daniel Guerrero Rosales

Tel 59.50.40.00, Ext.7213

soporte.caio1@uia.mx

Coordinador del área

Mtro. Guillermo Gómez Abascal

Tel. 59.50.40.00 Ext. 7626

guillermo.gomez@uia.mx