

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
PIURA**

ESCUELA DE POSGRADO



PLAN CURRICULAR

P59

**MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS
CON MENCIÓN EN MICROFINANZAS Y
ECONOMÍA PARA PYMES.**

MAESTRÍA EN CIENCIAS ECONÓMICAS CON MENCIÓN EN MICROFINANZAS Y ECONOMÍA PARA PYMES

1. OBJETIVO DEL PROGRAMA:

El Programa de Maestría en Ciencias Económicas con mención en Microfinanzas y Economía para PYMES tiene como objetivo que los participantes adquieran la capacidad de un analista de PYMES, para lo cual se les dotará del instrumental teórico y de sus respectivas aplicaciones en las áreas de teoría económica, finanzas, marketing y recursos humanos.

2. MODALIDAD

La modalidad de estudios es presencial. Tiene una duración de cuatro (04) semestres académicos, con cinco (05) cursos en el I y IV ciclo, y con seis (6) cursos en el II y III ciclo, haciendo un total de 22 cursos. En su curricula Académica consta de 50 créditos.

Se desarrollará a través de clases magistrales, discusión de casos, exposiciones individuales y en equipo, foros de discusión. Se motivará constantemente la participación de los maestrantes para la obtención y mejoramiento de una reflexión crítica de los temas organizacionales con respecto a la organización y administración de las PYMES.

Un requisito indispensable del proceso enseñanza-aprendizaje y de la aprobación de una asignatura es haber asistido por lo menos, al 75% de las sesiones de trabajo programadas.

3. GRADO ACADÉMICO

El Grado Académico a otorgar es el de Maestro en Ciencias Económicas con Mención en Microfinanzas y Economía para PYMES. Para acceder al mismo se requerirá completar satisfactoriamente las asignaturas previstas en el Plan de Estudios (50 créditos) así como sustentar y aprobar una tesis de grado, y aprobar un examen de suficiencia en un idioma extranjero.

4. PERFIL DEL EGRESADO

Específicamente, al concluir los estudios en el Programa de Maestría

en Ciencias Económicas con mención en Microfinanzas y Economía para PYMES de maestría los egresados tendrán la capacidad de:

- Desempeñar cargos de dirección gerencias y asesoramiento dentro del sector privado.
- Poseer los conocimientos metodológicos y técnicos de alto nivel en generación, constitución y gestión económica-financiera y administrativa de los PYMES.
- Ejercer en la gestión de la PYMES, particularmente en los ámbitos de las políticas de manejo de inversión y de recursos humanos el ejercicio creativo y la gestión económica financiera.
- Ampliar y mejorar las áreas de gestión y servicios financieros: captaciones, créditos, colocaciones administración-financiera.
- Proporcionar las herramientas necesarias para que el especialista pueda continuar adaptándose de manera permanente a las exigencias que presente dentro de la dinámica social.
- Fomentar la gestión empresarial con criterio de calidad y sostenibilidad ambiental.

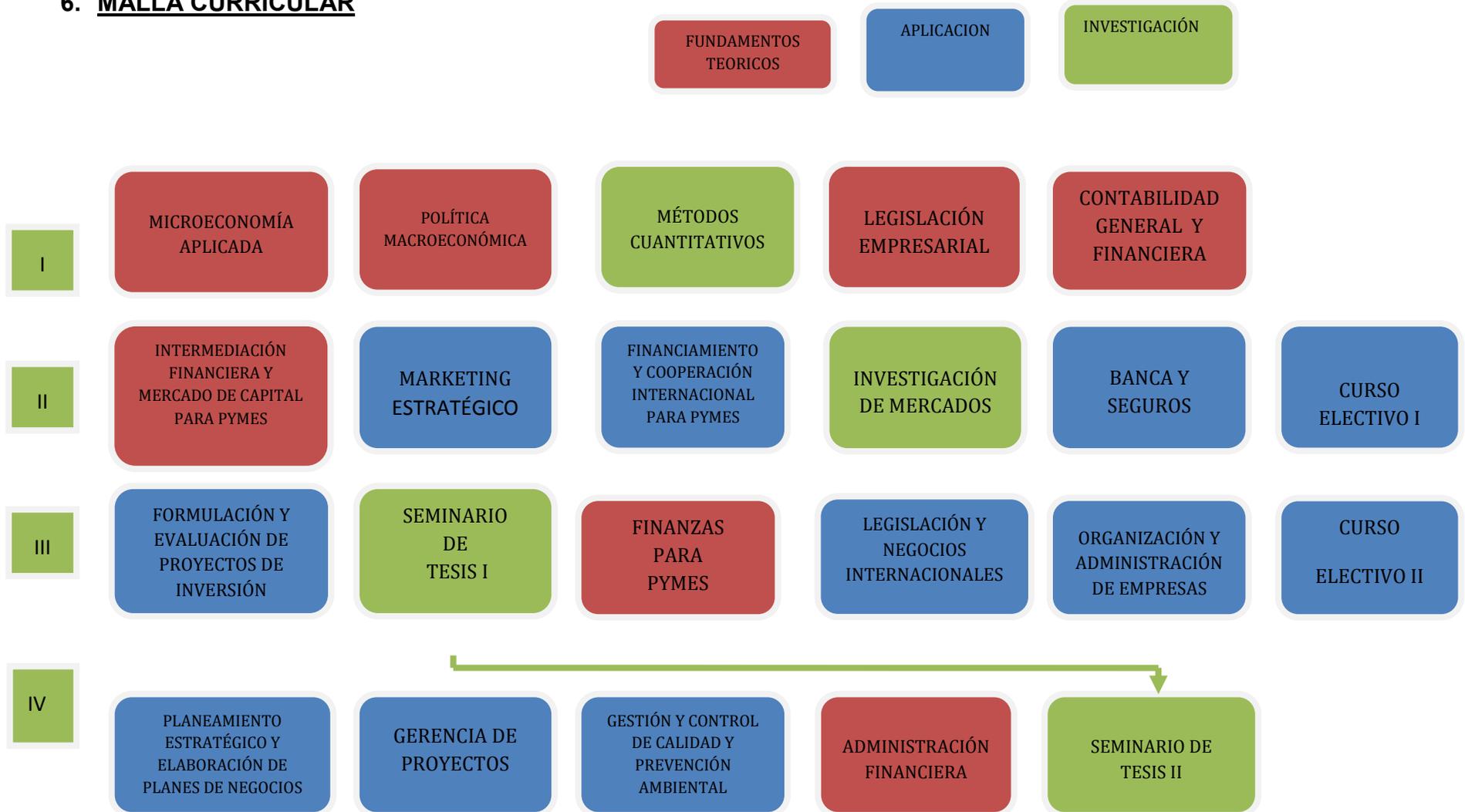
5. PLAN DE ESTUDIOS:

CURSO	C	HT	HP	TH
I CICLO				
MICROECONOMÍA APLICADA	3	48		48
POLÍTICA MACROECONÓMICA	3	48		48
MÉTODOS CUANTITATIVOS	3	48		48
LEGISLACIÓN EMPRESARIAL	3	48		48
CONTABILIDAD GENERAL Y FINANCIERA	2	16	32	48
SUB TOTAL:	14	208	32	240
II CICLO				
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA Y MERCADO DE CAPITAL PARA PYMES	3	48		48
MARKETING ESTRATÉGICO	2	16	32	48
FINANCIAMIENTO Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA PYMES	2	16	32	48
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2	16	32	48
BANCA Y SEGUROS	2	16	32	48
CURSO ELECTIVO I	2	16	32	48
SUB TOTAL:	13	128	160	288
III CICLO				
FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	2	16	32	48
SEMINARIO DE TESIS I	2	16	32	48
FINANZAS PARA PYMES	3	48		48
LEGISLACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	2	16	32	48
ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	2	16	32	48
CURSO ELECTIVO II	2	16	32	48
SUB TOTAL:	13	128	160	288
IV CICLO				
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS	2	16	32	48
GERENCIA DE PROYECTOS	2	16	32	48
GESTIÓN Y CONTROL DE CALIDAD Y PREVENCIÓN AMBIENTAL	2	16	32	48
ADMINISTRACIÓN FINANCIERA	2	16	32	48
SEMINARIO DE TESIS II	2	16	32	48
SUB TOTAL:	10	80	160	240
TOTAL	C	HT	HP	TH
	50	544	512	1056

Nº DE SEMESTRES	4
------------------------	----------

CURSOS ELECTIVOS	CRED.
AUDITORÍA Y CONTROL	2
DESARROLLO DE HABILIDADES Y COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	2
PROYECTOS DE EXPORTACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO	2
ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO MICROEMPRESARIAL REGIONAL	2

6. MALLA CURRICULAR



7. SUMILLAS DE LOS CURSOS

I CICLO

MICROECONOMÍA APLICADA

Teoría del consumidor, función de demanda y excedente del consumidor, variación equivalente, variación compensada, Teoría del consumidor, bajo incertidumbre, teoría del productor, costes de producción, función de oferta y excedente del ofertante, estructuras de mercado de bienes, servicios, activos y/o factores de producción: Organización industrial, fallas del mercado. Externalidades, bienes públicos, recursos comunes, Intervenciones del Estado; Equilibrio general y bienestar económico.

POLÍTICA MACROECONÓMICA

Determinantes de la oferta y demanda agregada, política monetaria, política fiscal, políticas laborales, políticas financieras, operaciones del mercado abierto, operaciones de cambio, desregulación y reforma monetaria; Macroeconomía en economías pequeñas y abiertas, política fiscal, monetaria, cambiaria, comercial, integración económica, bloques comerciales, programas de ajuste y estabilización económica, experiencias latinoamericanas, privatizaciones, mercado de capitales, globalización.

MÉTODOS CUANTITATIVOS

Estadísticas descriptivas, distribución de frecuencia, inferencia estadística, intervalo de confianza, prueba de hipótesis, análisis de varianza, Teoría del muestreo. Muestreo aleatorio simple, distribución normal, binomial e hipergeométrica, estimación del tamaño e muestra, muestreo aleatorio estratificado, muestreo sistemático, muestreo conglomerados, el submuestreo, Análisis de regresión, regresión de ecuaciones de tendencias, proyecciones, análisis de variables cualitativas, análisis multivariado, componentes principales, análisis factorial, y análisis discriminante.

LEGISLACIÓN EMPRESARIAL

El Derecho Empresarial. La empresa. El empresario social. Formas societarias para el inicio de actividades comerciales en el Perú. Tributación. Régimen tributario. Legislación laboral. Título valores. El Registro Mercantil. Los contratos mercantiles Origen y naturaleza, vínculos del estado con la actividad privada en el marco legal peruano, legislación pública en el Perú. Estado (Gobiernos locales, regionales y central). Compras estatales. Títulos Valores Públicos. Regulación estatal. Estado y protección al consumidor. Ética profesional. Valores y normas éticas en las empresas. Código de ética publicitaria. Código de salud.

Proceso de constitución de una empresa. Legislación laboral. Contrato de trabajo. Procesos judiciales. Procedimientos administrativos. Arbitraje.

CONTABILIDAD GENERAL Y FINANCIERA

El método de cuentas. Los estados financieros. Las operaciones de pasivo. Cuentas corrientes a la vista. Cuentas de ahorro. Depósitos a plazo. Calculo de los intereses... dinero. Cuenta de costos. Cuenta de Gastos administrativos. Cuentas de depreciación. Las cesiones temporales de activos. Emisión de valores negociables. Análisis de cuentas. Índices financieros. Índices de liquidez punto. Índices de rotación. Índices de endeudamiento. Índices de rentabilidad. El manejo de la cartera. Políticas de Crédito. El Flujo de Efectivo. Costos y Gastos de la empresa. El Punto de equilibrio. La cotización. Los inventarios. El Balance General. El estado de pérdidas y ganancias. El Estado de Flujo de Caja y de Flujo de Fondos. Utilidades. Reinversión.

II CICLO

INTERMEDIACIÓN FINANCIERA Y MERCADO DE CAPITAL PARA PYMES

Introducción. Concepto y clases de instituciones de inversión. Fondos de inversión. Introducción a la gestión de fondos. Los fondos de inversión y las entidades financieras. Instrumentos financieros (ii) mercados derivados. Mercados derivados no organizados. Los Fras. Los caps, floor y collar. Los swaps. Mercados Derivados. La ingeniería financiera. La inversión de cartera. Introducción. El tipo de interés. Gestión de carteras de renta fija. Gestión de carteras de renta variable. Gestión de carteras bajo un enfoque bancario. Operaciones de las entidades financieras en mercados de capitales. Introducción. Dirección, aseguramiento y colocación de emisiones. La emisión internacional de valores. Estructura y funcionamiento de una Oferta Pública de Venta (OPV). Aproximación a la valoración de empresas. Introducción. Análisis estático versus análisis dinámico. Análisis fundamental. Modelo del dividendo o de Gordon. Análisis operativo o enfoque mixto.

MARKETING ESTRATÉGICO

Conceptos básicos de marketing: Concepto, naturaleza y alcance de MKTG: Diferencias terminológicas; y ámbitos. Las generaciones del marketing. Responsabilidad Social y ética. Marketing como Filosofía. Diferencia entre Marketing y Ventas.; La empresa vista como Marketing de Servicios. Investigación de Mercados y Sistema de Información. Comportamiento del consumidor individual y organizacional; Estructura Estratégica; del Marketing. Misión y objetivos de MKTG; estratégico: Ciclo de Vida del Producto-Mercado, Benchmarking. Estrategias centrales: Segmentación, Posicionamiento, Postura Competitiva, Crecimiento. Estrategias específicas o Marketing Mix: producto, Precio, Promoción, de producto, Disminución. Postventa, Promovedores Res,

Personal, Protección Imagen de la empresa: comunicación, etc. Aspectos de marketing internacional.

FINANCIAMIENTO Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA PYMES

Definición, características y conceptos básicos en Finanzas Internacionales para PYMES. El sistema Monetario Internacional y su evolución histórica. Patrón Oro. Bretton-Woods y Sistema Actual. Evolución de la Economía Internacional y de las necesidades monetarias. Principales Organizaciones Monetarias Internacionales. Microeconomías abiertas. Regímenes de tipos de cambio. Balanza de pagos y su análisis, Teoría de la Paridad del poder adquisitivo. Teoría de la Paridad. Mercados financieros internacionales.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Tipos de investigación mercado con relación al proceso de toma de decisiones. Investigación cuali-cuantitativa. Diseño de investigación para indicar fuentes de información. Métodos a utilizar para recopilar información primaria tales como el método de la comunicación, la observación, la experimentación y la simulación, hasta el tratamiento de la información y presentación del informe final congruente con los objetivos de la investigación. Utilización de las técnicas estructuradas directas, estructuradas indirectas, no estructuradas directas y no estructuradas indirectas. En las técnicas estructuradas directas se aplica el muestreo probabilístico y en las no estructuradas directas el FOCUS GROUP y las Entrevistas en Profundidad. El muestreo probabilístico considera la determinación del tamaño de muestra y el tratamiento de la información primaria utilizando la estadística descriptiva y distribuciones de frecuencia, así como la síntesis gráfica. Métodos para utilizar la información secundaria. Método econométrico, de extrapolación exponencial y de promedios móviles, en la proyección de las ventas, demanda y oferta. Investigación de mercados en el lanzamiento de un producto, elementos necesarios para estudiar la participación y posicionamiento de una empresa en el mercado. Proceso de investigación para el diseño de campañas publicitarias. Técnicas pertinentes para realizar estudios de mercado en investigaciones de tipo social. Se priorizará la casuística en todos los temas anteriormente señalados.

BANCA Y SEGUROS

Banca universal. Banca especializada. Banca de Negocios. Banca comercial y banca al por mayor, las operaciones de pasivo. Introducción. Cuentas corrientes a la vista. Cuentas de ahorro. Depósitos a plazo. Calculo de los intereses. Emisión de valores negociables. Las cesiones temporales de activos. Nuevas formas de pago: el monedero electrónico y las tarjetas. El Seguro. La Mediación en los Seguros Privados. Tipos de Seguros. La Organización de la Oficina de Mediación de Seguros Análisis y características de los servicios, concepto de servicio de calidad y manejo de la calidad de los servicios de la campaña de

seguros, factores internos y la relación entre los bancos y la compañía de seguros, el contrato de seguro, póliza, prima, clases de pago, información sobre pólizas.

III CICLO

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN

La formulación de un Proyecto de Inversión. Etapas de la Formulación y de la Evaluación de Proyectos. Análisis del ciclo del proyecto, análisis del mercado, determinación de la demanda insatisfecha, análisis optimizarte del proyecto: tamaño, localización, tecnología, estimaciones de la inversión, proyección de ingresos y egresos, así como de estados financieros. Organización. Evaluación privada de proyectos, tipos de evaluación, etapas de proyectos, flujos de caja, criterios de inversión: valor actual, neto, tasa interna de retorno, beneficio costo, periodo de recuperación de la inversión, evaluación económica financiera de proyectos de inversión, evaluación del préstamo, evaluación del riesgo e incertidumbre, análisis de sensibilidad. Ordenamiento de proyectos: proyectos sustitutos, complementarios, mutuamente excluyentes.

Evaluación privada de proyectos, tipos de evaluación, etapas del proyecto, flujo de caja, criterios de inversión, evaluación del financiamiento, riesgo, sensibilidad, evaluación de préstamos, riesgo cambiante.

SEMINARIO DE TESIS I

Tiene como objetivo fundamental diseñar los Proyectos de Tesis, es decir la elección del tema y la elaboración de la propuesta de investigación de los estudiantes del Programa de Maestría en Ciencias Económicas con Mención en Microfinanzas y Economía para PYMES Para ello, se describen los lineamientos fundamentales de la Investigación Científica y sus aplicaciones tendientes a la Formulación del Problema a Investigar de acuerdo a la especialidad de la maestría. El curso debe culminar con la presentación del Anteproyecto de Tesis para su revisión y nombramiento de jurado calificador.

FINANZAS PARA PYMES

El proceso de inversión y financiación en la empresa, la estructura económico-financiera de la empresa. Su dimensionamiento. Supuesto practico. Los criterios de evaluación económica como reflejo del proceso empresarial. Introducción. El criterio del Valor de Capital. Significado económico. La determinación práctica de las variables (i). Capital invertido o Coste Inicial. Valor Residual. Los flujos Netos de Caja. El horizonte temporal de valoración. La incrementalidad. La determinación practica de las variables (ii) la tasa actualización. Principios generales de cálculo. Aplicaciones de la tasa de actualización. Calculo de la tasa de actualización como coste medio de los recursos financieros. La consideración fiscal, Introducción. Descripción del Impuesto sobre Sociedades. Efectos del

Impuesto de Sociedades sobre la rentabilidad de las inversiones y el cote de las financiaciones. La amortización. Recursos extraordinarios. La viabilidad y control del plan. Los efectos del presupuesto de capital sobre la estructura económico-financiera de la empresa. Conceptos de viabilidad, necesidad de revisión y presupuesto definitivo. Control a priori las ratios. Aplicaciones prácticas.

LEGISLACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Comercio exterior, leyes y regulaciones nacionales para manejar el Comercio internacional, operaciones comerciales, importaciones y exportaciones, inversión directa, financiación internacional, mercado en la cual participan las diferentes comunidades nacionales. La dimensión internacional, Importancia de la mercadotecnia internacional, globalización de los mercados, estandarización, posicionamiento global. La geopolítica mundial y el desarrollo técnico científico. La dimensión y particularidades de la economía peruana y la aplicación de políticas e instrumentos de comercio internacional en nuestro país. Aplicación de la legislación comercial internacional, la estructura de los contratos internacionales y la identificación de factores que en ella intervienen. Conocimiento y negociación de tecnología y de innovación tecnológica. Procesos de integración y cooperación de tecnología. Procesos de integración y cooperación entre los países y en nuestro país. Aspectos logísticos del comercio internacional como una herramienta para optimizar costos, preservar la calidad, agilizar la entrega, disminuir el riesgo y ajustarse a lo dispuesto en la práctica del comercio internacional.

ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Generalidades de Administración Empresarial. Fundamentos de la Teoría y la Práctica de Administración Global Administración y Gerentes y la Evolución de la teoría Administrativa. Empresa: tipos, estructura, funciones, Ley general de Sociedades en el Perú. Habilidades empresariales: capacidad para tomar decisiones, capacidad de riesgo.

El Proceso de Gestión Empresarial fundamentos de Planeación. Planeación y administración estratégica. Toma de decisiones, ética y responsabilidad social. Organización empresarial: estructura y diseño, sistemas y contingencias. Administración de recursos humanos. Fundamentos de dirección: liderazgo, motivación, cultura organizacional y trabajo en equipo. Administración de Marketing. Control: fundamentos y herramientas de control y sistema de información, administrativa de producción y operaciones. Tendencias actuales de la administración empresarial. Globalización, alianza, fusiones. Calidad y reingeniería. Cambio e innovación empresarial, empresa visual. Diseño y estructura organizacional. Organigramas. Cambio y desarrollo organizacional. Relaciones entre la organización y su ambiente. Revisión general de los conceptos y esquemas para el análisis comparativo de los sistemas. La organización y administración de los negocios en el futuro.

IV CICLO

PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y ELABORACIÓN DE PLANES DE NEGOCIOS

Naturaleza e importancia de la Planificación Estratégica. El Entorno mundial y la Planificación Estratégica. Organización para la planificación Estratégica. Diagnostico Interno. Cultura Corporativa. Etapa Filosófica de Misión, Visión, Estrategia. El Plan de Negocios. El espíritu empresarial. Las fases de un plan. Identificación y análisis de oportunidades en el mercado. Idea de negocios. Responsabilidad social: beneficio, aportes e impacto para la sociedad en su conjunto. Análisis de mercado. Estructura organizacional. Estrategia de comercialización y marketing. Localización comercial y de la producción. Operaciones. Riesgos Críticos internos y externos. Planes de contingencia. Proyecciones Financieras. Estructura de capital. Financiamiento. Inversionistas. Alianzas estratégicas. Evaluación financiera del plan de negocios, Valor Presente Neto, Tasa Interna de retorno. Flujo de fondos.

GERENCIA DE PROYECTOS

Metodologías para la gerencia de proyectos, diseño, implantación y aplicación de monitoreo de ejecución y evaluación ex post de proyectos de inversión. Planeamiento de los recursos estratégicos y Plan Operacional. Análisis de posición y oportunidad. Bases de la dirección el proyecto. Bases de control de gestión. Planificación y control de costos. Planificación y asignación de recursos. Métodos combinados de planificación y control, análisis de desviaciones, implicancias éticas de control de gestión, contratos, propuestas, licitaciones y su evaluación.

GESTIÓN Y CONTROL DE CALIDAD Y PREVENCIÓN AMBIENTAL

Concepto de calidad. Evolución del concepto de calidad. Principios fundamentales Elementos de la Calidad Total. Gestión de procesos. Modelos de gestión. Sistema de aseguramiento de calidad. Normas Técnicas y certificaciones de calidad. Marcas. Patentes. Modelo de excelencia empresarial

Legislación ambiental. Enfoque económico del medio ambiente, técnicas de estimación y evaluación de impactos ambientales, Contabilidad ambiental, Integración de indicadores económicos y ecológicos. Demanda por bienes y servicios ambientales, análisis legal e institucional de SEIA Términos de referencia y contenido de Estudios de Impacto ambiental y de los Programas de Adecuación Medioambiental. Financiamiento internacional y EIA. Casuística de estudio de EIA.

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

El sistema financiero y su entorno: marco de funcionamiento para las entidades. Introducción y conceptos básicos sobre el sistema financiero. Elementos del sistema financiero. Estructura del sistema financiero. Factores que afectan a la evolución de los sistemas financieros. El negocio bancario y modelos de banca. Préstamos y créditos. Crédito comercial y descuento de efectos. Nuevas formas de captación de activos: el leasing, el factoring y el renting. El aval bancario. Nuevas formas de pago: el conforming. Instrumentos financieros (i) instituciones de inversión colectiva. La planificación financiera. Introducción. Los gastos de inversión. Las necesidades netas de fondo de rotación. La amortización financiera. Las inversiones financieras. Las inversiones especulativas los recursos financieros. Introducción. La autofinanciación. La desinversión. Recursos extraordinarios. Sistematización de la planificación financiera a largo plazo. La viabilidad y control del plan. Los efectos del presupuesto de capital sobre la estructura económica-financiera de la empresa. Conceptos de viabilidad, necesidad de revisión y presupuesto definitivo. Control a priori las ratios. Aplicaciones prácticas.

SEMINARIO DE TESIS II

Asesor en la elaboración de la tesis de los alumnos del Programa de Maestría en Ciencias Económicas con Mención Micro Finanzas y Economía para PYMES. Al término del seminario de Tesis II, los alumnos de PROMACE, deben haber concluido la versión preliminar de su trabajo de investigación. (TESIS).

CURSOS ELECTIVOS

AUDITORÍA Y CONTROL

El proceso de auditoría. Auditoría interna. Auditoría externa. Productos y riesgos financieros. Simulaciones y Tutorías. Productos Financieros en los mercados de renta variable, renta fija o mercados de productos derivados. Riesgo de mercado, riesgo de crédito, riesgo operacional y riesgo legal. Proceso de auditoría en entidades de créditos Sociedades y Agencias de Valores, Instituciones de Inversión Colectiva y en las tesorerías de las empresas. Aspectos fiscales que afectan a empresas y entidades financieras (impuesto de sociedades, IVA, fiscalidad de productos de inversión, etc....).

DESARROLLO DE HABILIDADES Y COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Desarrollo de habilidades, Objetividad. Sociabilidad. Madurez Proyección. Manejo de objeciones. Imagen Corporativa. Herramientas fundamentales:

inteligencia Emocional: Autoconocimiento, Autorregulación Motivación Interior, Motivación Exterior, Empatía y Comunicación Estrategia. Programación Neurolingüística. Liderazgo. Concepto. Liderazgo en la de la comunicación. Características más importantes de los servicios. La mejora de los servicios. La mejora de los servicios y su prestación. Cómo crear valor a nuestros Servicios.

PROYECTOS DE EXPORTACION Y COMERCIO ELECTRÓNICO

Tecnología de la información y comunicación, herramientas de las TIC, Las plataformas de formación. El impacto de Internet en la Intermediación de la venta. Análisis y evaluación de los buscadores de internet más frecuentados. Diseño de contenidos y herramientas en los sitios Web Negocios y el Digitales. Definición de negocios digitales, sus implicancias y oportunidades. Internet y el futuro del comercio. La World Wide Web (Telaraña Mundial). Mercado y la Web. El Plan de Mercado para la Web. Elementos para introducirse en la Web. Componentes de un Sitio Web. De la Pagina Web al comercio Electrónico. Instalando una Tienda Virtual (Comercio Total). Mercadeo y Promoción de la Tienda Virtual. Costos aparentes y ocultos del Comercio-Electrónico. Potencial Exportador de las PYMES.

ORGANIZACIÓN DE UN EVENTO MICROEMPRESARIAL REGIONAL

Perfil del organizador de eventos, los proveedores, metodología de producción de eventos. Producción y financiamiento de un evento. Las etapas esenciales de la organización de un evento. Definición de objetivos. Generación de ideas. Definición del programa. La planificación. Gestión de proveedores y del presupuesto. Tipología de proveedores para eventos. Selección de proveedores. Negociación y contratación. Gestión del presupuesto. Tipos de clientes, motivaciones de los clientes para demandar eventos, gestión de auspicios y patrocinios, gestión de riesgos Protocolo en los eventos. Normas de etiqueta para los distintos tipos de eventos. Estrategia de medios. Fundamentos de relaciones públicas y manejo de medios orientados a la difusión de eventos. Taller de producción de eventos.

Para aprobar este curso es obligatorio la realización del trabajo de una productora de eventos enfocada en el nicho de mercado Microempresarial local o regional. Cada alumno del curso deberá contribuir con la producción, exposición en el evento de una ponencia vinculada al área de la maestría.