

res - USMP

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN DE LOS PROGRAMAS FORMATIVOS DE PREGRADO

Versión 1

Documento de Difusión

CONTENIDO

Líneas de investigación del Programa Formativo de Administración	4
1. Gestión de producción y operaciones, comportamiento organizativo y gestión de recursos humanos.....	4
2. Finanzas en negocios	4
3. Marketing	5
4. Ambiente legal de negocios.....	5
5. Economía	6
6. Ética de negocios	6
7. Dimensiones globales de negocios.....	7
8. Comunicaciones en los negocios	7
9. Sistemas de información	8
10. Técnicas cuantitativas / Estadística	8
11. Política de negocios	9
Líneas de investigación del Programa Formativo de Administración de Negocios Internacionales	10
1. Dimensión global de negocios.....	10
2. Marketing	11
3. Gestión de operaciones – logística	12
4. Ambiente legal.....	13
5. Economía	13
6. Ética en los negocios.....	14
7. Finanzas	15
8. Comunicación en los negocios	15
9. Sistemas de información	16
10. Técnicas cuantitativas y estadísticas	16

11. Política de negocios o una experiencia integradora	17
Líneas de investigación del Programa Formativo de Gestión de Recursos Humanos	18
1. Gestión de Recursos Humanos	18
2. Marketing	19
3. Ambiente de negocios	20
4. Habilidades técnicas	21
5. Política de negocios	22
Líneas de investigación del Programa Formativo de Marketing	23
1. Marketing	23
2. Finanzas en negocios	24
3. Ambiente legal de negocios.....	25
4. Economía	25
5. Ética de negocios	26
6. Sistemas de información	26
7. Técnicas cuantitativas/Estadística.....	27
8. Política de negocios	27

Universidad de San Martín de Porres - USMP

Líneas de investigación del Programa Formativo de Administración

1. Gestión de producción y operaciones, comportamiento organizativo y gestión de recursos humanos

Temas sugeridos		
Planeamiento estratégico y gestión empresarial	Gestión de operaciones, calidad e innovación	Comportamiento organizacional y sostenibilidad institucional
- Planeamiento estratégico en la competitividad. - Gestión por objetivos y el desempeño organizacional. - Planeamiento estratégico en tiempos de incertidumbre. - Implementación de estrategias empresariales y desempeño organizacional. - Modelos de gestión empresarial en emprendimientos.	- Mejora de procesos operativos mediante la aplicación de la metodología Lean. - Gestión de la calidad en empresas. - Innovación tecnológica en la eficiencia de operaciones. - Aplicación de herramientas de control de calidad en PYMES. - Cultura organizacional orientada a la calidad y su impacto en la satisfacción del cliente. - Procesos productivos - Optimización de recursos	- Liderazgo transformacional y clima laboral. - Compromiso organizacional y rotación de personal. - Estrategias de sostenibilidad organizacional en empresas públicas y privadas. - Cultura organizacional e innovación. - Gestión del talento humano y desempeño organizacional. - Diseño organizacional y eficiencia empresarial. - Desarrollo de habilidades gerenciales en contextos de cambio organizacional. - Mejorar los mecanismos de asociatividad, clúster, cooperativas, entre otras formas de organización

2. Finanzas en negocios

Temas sugeridos		
Gestión financiera y toma de decisiones estratégicas	Evaluación de proyectos y creación de valor	Análisis financiero y desempeño de mercados
- Modelos de gestión financiera y su impacto en la toma de decisiones empresariales. - Prácticas de planificación financiera y su aplicación en organizaciones. - Elaboración de presupuestos como herramientas de gestión financiera para la toma de decisiones. - Impacto de las políticas de financiamiento en el crecimiento empresarial. - Estudio de la gestión de liquidez y su rol en la continuidad operativa de empresas familiares. - Gestión del capital de trabajo y su impacto en la sostenibilidad financiera de las empresas.	- Aplicación de indicadores financieros en la evaluación de proyectos de inversión. - Comparación entre métodos tradicionales y modernos de evaluación de proyectos. - Estudio de casos sobre proyectos de inversión social con criterios de creación de valor sostenible. - Evaluación del riesgo financiero en la formulación de proyectos de expansión empresarial. - Evaluación del impacto económico y estratégico de proyectos de mejora en pequeñas y medianas empresas.	- Análisis de estados financieros para la toma de decisiones gerenciales. - Análisis de razones financieras como indicador del riesgo de insolvencia en pequeñas empresas. - Evaluación del desempeño financiero de empresas cotizadas en la Bolsa de Valores. - Estudio de tendencias del mercado financiero peruano. - Comportamiento del tipo de cambio y su efecto en los resultados financieros de empresas importadoras. - Viabilidad de negocios

3. Marketing

Temas sugeridos		
Estrategias de marketing y competitividad empresarial	Comportamiento del consumidor y toma de decisiones	Investigación y análisis de mercado
• Estrategias de marketing y competitividad empresarial. • Estrategias de posicionamiento y diferenciación en empresas de servicios y comerciales. • Estrategias de marketing aplicadas a la innovación en servicios. • Marketing digital como soporte de la competitividad empresarial. • Marketing interno como apoyo al alineamiento organizacional y la propuesta de valor. • Endomarketing como apoyo al alineamiento organizacional.	• Preferencias del consumidor en el diseño de nuevos modelos de negocio. • Comportamiento del consumidor como insumo para la planificación estratégica. • Percepción de valor de marca y su influencia en la decisión de compra. • Influencia de factores sociales y culturales en el comportamiento del consumidor. • Comportamiento del consumidor en entornos digitales y gestión administrativa.	• Investigación de mercados en la toma de decisiones estratégicas en empresas familiares. • Información de mercado para identificar oportunidades de internacionalización de empresas. • Estudios de mercado para la diversificación de líneas de negocio. • Análisis de la competencia como herramienta para la gestión estratégica empresarial. • Investigación de mercados aplicada al desarrollo de emprendimientos. • Desarrollo de mercados nacionales por sectores y tamaño de empresas.

4. Ambiente legal de negocios

Temas sugeridos
Gestión legal y cumplimiento normativo en las organizaciones
• Impacto de la normativa ambiental en la gestión operativa de las pequeñas empresas. • Análisis del cumplimiento de obligaciones laborales en microempresas y su relación con la formalización. • Evaluación de los efectos de los cambios en el régimen tributario en la sostenibilidad financiera de negocios familiares. • Aplicación de normas de seguridad y salud en el trabajo en el sector servicios: estudio de casos. • Relación entre el cumplimiento normativo y la reputación corporativa en empresas medianas. • Gobernanza corporativa y cumplimiento normativo en organizaciones empresariales.

5. Economía

Temas sugeridos
Entorno económico y competitividad empresarial
• Análisis del efecto de la inflación en la estructura de costos de las microempresas. • Evaluación del impacto del tipo de cambio en la rentabilidad de empresas importadoras. • Relación entre las estrategias de fijación de precios y la competitividad de empresas. • Influencia de la productividad laboral en la competitividad de empresas familiares. • Análisis de la elasticidad de la demanda y su uso en la toma de decisiones de precios. • Economía conductual aplicada a estrategias de precios y consumo. • Impacto de las políticas económicas en la competitividad de las organizaciones. • Impacto de la política fiscal y monetaria en el desempeño empresarial. • Influencia de los indicadores económicos en la toma de decisiones.

6. Ética de negocios

Temas sugeridos
Ética organizacional, responsabilidad empresarial e informalidad.
• Prácticas de ética empresarial en MYPES y su impacto en la fidelización del cliente. • Factores que inciden en la persistencia de la informalidad en emprendimientos jóvenes. • Relación entre la cultura organizacional y la toma de decisiones éticas en empresas medianas. • Análisis de la percepción del cliente sobre la responsabilidad social en negocios informales frente a formales. • Prácticas de responsabilidad social interna en empresas formales. • Evaluación de estrategias para la formalización de emprendimientos informales en zonas urbanas periféricas. • Compliance corporativo, gobierno corporativo

7. Dimensiones globales de negocios

Temas sugeridos	
Internacionalización, competitividad y proyección global de las organizaciones	
• Barreras internas y externas que enfrentan las pymes peruanas en su proceso de internacionalización. • Estrategias de posicionamiento internacional de productos peruanos con valor agregado. • Evaluación de sectores con mayor potencial exportador en el contexto del comercio global. • La sostenibilidad como ventaja competitiva en la proyección internacional de las empresas. • Factores que influyen en la atracción de inversión extranjera y su impacto en el desarrollo empresarial. • Estrategias de internacionalización de empresas peruanas en mercados globales. • Adaptación de modelos de negocio a mercados internacionales. • Modelos de internacionalización de organizaciones.	

8. Comunicaciones en los negocios

Temas sugeridos	
Comunicación intercultural y gestión organizacional	Negociación estratégica en contextos globales
• Gestión de equipos multiculturales: barreras y facilitadores en la comunicación organizacional. • Influencia de la comunicación intercultural en la retención del talento en empresas globalizadas. • Rol de la comunicación no verbal en el liderazgo de equipos multiculturales. • Estrategias comunicativas para integrar culturas organizacionales en procesos de fusión o expansión internacional.	• Comparación de estilos de negociación entre distintas culturas empresariales (América Latina, Asia, Europa, etc.). • La construcción de confianza en negociaciones empresariales interculturales. • Adaptación de estrategias de negociación en función del contexto geopolítico. • El rol de la cultura nacional en la toma de decisiones durante procesos de negociación internacional. • Gestión de conflictos interculturales en procesos de negociación empresarial. • Competencias interculturales en la negociación empresarial internacional.

9. Sistemas de información

Temas sugeridos	
Tecnologías de información y análisis estratégico en la gestión empresarial	Transformación digital y modelos de negocio emergentes
• Impacto del uso de sistemas de información gerencial en la eficiencia operativa de las organizaciones. • Análisis del uso de herramientas de inteligencia de negocios para la toma de decisiones comerciales en medianas empresas. • Rol de los sistemas ERP en la integración de procesos económico-financieros en empresas familiares. • Impacto de los sistemas de información contable en la toma de decisiones financieras. • Influencia del uso de sistemas CRM en la mejora de la gestión de relaciones con el cliente en empresas de servicios. • Análisis del nivel de digitalización de procesos administrativos en microempresas. • Transformación digital por tamaño de organizaciones y áreas (logística, producción, finanzas y mercado).	• Evaluación del impacto de la automatización de procesos (RPA) en la eficiencia operativa de empresas. • Uso de inteligencia artificial en la toma de decisiones empresariales. • Nuevos modelos de negocio basados en plataformas digitales: estudio de casos. • Rol del blockchain en la trazabilidad y seguridad de la cadena de suministro. • Impacto del teletrabajo y los entornos colaborativos virtuales en la productividad organizacional. • Transformación digital como estrategia para la adaptación de empresas familiares a mercados digitales.

10. Técnicas cuantitativas / Estadística

Temas sugeridos
Análisis de datos para la toma de decisiones en la gestión empresarial
• Análisis de datos de ventas y su influencia en la formulación de estrategias de precios en una empresa comercial. • Análisis de la demanda estacional mediante herramientas estadísticas. • Evaluación del impacto de promociones comerciales mediante el análisis de series de datos históricos de ventas. • Análisis multivariado de los factores que inciden en la rotación de personal en una empresa de servicios. • Análisis estadístico de indicadores de desempeño operativo en empresas. • Uso de modelos de regresión para analizar factores que influyen en la rentabilidad empresarial.

11. Política de negocios

Temas sugeridos		
Sostenibilidad, economía circular y gestión ambiental empresarial	Responsabilidad social, equidad, inclusión y políticas empresariales con enfoque social	Emprendimiento y desarrollo de negocios sostenibles
- Estudio de la transición hacia un modelo de economía circular en empresas de diversos sectores. - Evaluación del impacto de tecnologías limpias en la competitividad de pymes. - Análisis de barreras internas para la implementación de prácticas sostenibles en empresas familiares. - Gestión del ciclo de vida de productos como herramienta para la sostenibilidad empresarial. - Innovación ambiental a través de proyectos de investigación y desarrollo (I+D).	- Análisis de buenas prácticas en la gestión inclusiva de personas con habilidades diferentes en empresas del sector servicios. - Análisis del grado de alineación de las prácticas de responsabilidad social empresarial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en empresas. - Evaluación del impacto de los programas de voluntariado corporativo en la cultura organizacional. - Rol de las empresas en la inclusión social y el desarrollo territorial en zonas rurales del Perú. - Diagnóstico de cumplimiento de normativas de inclusión en empresas privadas. - Brechas salariales por sexo u autoidentificación étnica y estrategias para su reducción. - Políticas de responsabilidad social empresarial y su contribución a la sostenibilidad organizacional.	- Análisis de factores críticos de éxito en la aceleración de negocios liderados por jóvenes emprendedores. - Evaluación y mejora de modelos de Producto Mínimo Viable en emprendimientos sociales. - Impacto de la innovación en la sostenibilidad de pequeñas empresas creadas en entornos universitarios. - Estrategias para el escalamiento de negocios en fase de consolidación post-incubación. - Impacto de la colaboración entre empresas y startups en el desarrollo de soluciones innovadoras. - Rol de las universidades en los ecosistemas de emprendimiento y la innovación abierta.

Líneas de investigación del Programa Formativo de Administración de Negocios Internacionales

1. Dimensión global de negocios

Temas sugeridos		
Eficiencia y competitividad en la gestión de negocios globales	Evaluación y gestión de planes y proyectos de exportaciones e importaciones	Regulaciones y facilitación del comercio exterior
• Incidencia de las demoras en el proceso logístico de comercio exterior y su relación en la competitividad y satisfacción de los usuarios • Evaluación de los regímenes aduaneros vinculados a la promoción de exportaciones y su contribución a la competitividad • Estado del arte de la legislación aduanera vinculada a las importaciones sectoriales (varios). • Digitalización y automatización de los procesos aduaneros y tributarios	• Evaluación de planes y políticas de comercio exterior: Plan Nacional de Comercio Exterior Regional (PENX y PERX) y Política Nacional Multisectorial de Comercio Exterior al 2040 (PNMCE) entre otros. • Factores que limitan a la implementación de planes y proyectos de comercio exterior en sectores y regiones específicos • Generación de capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora. • Estrategias de asociatividad de los exportadores a través de cooperativas, asociaciones, clúster, consorcios, redes empresariales y su relación con políticas públicas regionales y nacionales.	• Implementación del sistema de aseguramiento de calidad ISO 9000, BASC, OEA en los operadores de comercio exterior, operadores intervinientes y su relación con la competitividad • Diagnóstico de las principales modalidades de delitos aduaneros y su impacto en los sectores y regiones (varios). • Análisis de las modalidades de contrabando y defraudación de rentas de aduana a través de los regímenes aduaneros y su impacto en la economía • El Sistema de Valoración Aduanera de la OMC y su incidencia en la recaudación tributaria. • Implementación del Marco Normativo SAFE de la Organización Mundial de Aduanas (OMA) para asegurar y facilitar el comercio mundial.

2. Marketing

Temas sugeridos		
Estrategias de acceso a mercados internacionales	Factores de competitividad de oferta exportable hacia la internacionalización	Comportamiento de los consumidores y aspectos culturales internacionales
• Impacto de las redes sociales, Inteligencia artificial (IA), Big data, E-commerce, marketing digital en la internacionalización de PYMES peruanas • Análisis de las principales barreras de acceso a los mercados por área geográfica, grupo económico o perfil de consumidores • Estrategias de promoción internacional a través de ferias, misiones comerciales, ruedas de negocios por sectores específicos de bienes, servicios, gastronomía y turismo. • Reputación corporativa y la sostenibilidad en la construcción de la lealtad de marca a nivel internacional. • Internacionalización de la empresa y diversificación de mercados. • Estrategias de marketing digital y omnicanalidad para negocios internacionales	• Diagnóstico de la oferta y demanda internacional para productos, servicios incluido gastronomía y turismo en regiones específicos. • Oferta exportable diversificada, competitiva y sostenible regional. • Análisis comparativo de estrategias de asociatividad (cadenas productivas, clúster, cooperativas, consorcios entre otras) por sectores productivos y regiones. • Eficiencia de los diferentes canales de entrada a los mercados, como: agentes, distribuidores, franquicias, brókeres para empresas peruanas • Análisis del crecimiento de las exportaciones peruanas y explicación de su éxito o fracaso en los mercados internacionales. • Cultura organizacional interna y su relación con las estrategias de marketing internacional	• Análisis de aspectos culturales por regiones o países y su relación con estrategias de marketing internacional • Análisis del comportamiento de los consumidores por áreas geográficas, grupos poblacionales y su relación con la oferta exportable peruana • Estudio sobre la aceptación de productos peruanos en mercados específicos y su relación con las estrategias de acceso • Percepción de los consumidores internacionales sobre las prácticas de marketing ético, comercio justo y su relación con las cadenas productivas

3. Gestión de operaciones – logística

Temas sugeridos		
Gestión de cadenas de suministro internacional y su relación con la competitividad	Productividad y gestión de transporte, infraestructura portuaria, aeroportuaria	Implementación de las políticas públicas y facilitación del comercio internacional
• Estrategias de DFI para comercialización de mercancías (diversas) • Planificación y gestión de cadenas de suministros internacionales de mercancías (diversas) • Desarrollo de Logística Inversa en el embarque de mercancías en los puertos, aeropuertos • Identificación de puntos críticos en el proceso de embarque y DFI de minerales, agrícolas (otros) • Utilización de cadena de bloques (blockchain) como herramienta de trazabilidad en cadenas de suministro global	• Resultado de las experiencias de concesiones y sistemas de administración de puertos o aeropuertos del Perú (TISUR, EUROANDES; DPWorld, APM Terminals, COSCO SHIPPING Ports Chancay Perú S.A, LAP entre otros) • Incidencia de las demoras en los puertos en la estructura de costos de importación o exportación de mercancías. • Influencia de los sobrecostos portuarios, aeroportuarios en la importación o exportación de mercancías • Análisis comparativo de los servicios de los operadores logísticos según los índices de desempeño logístico (IDL) • Gestión a través corredores de cabotaje o multimodal por sectores productivos y regiones.	• Gestión de los sistemas de seguridad en el manejo de carga en los almacenes, puertos o aeropuertos; • Comparación de los operadores de comercio exterior, operadores intervinientes, infraestructura portuaria o aeroportuaria en América Latina y el mundo. • Diagnóstico del sistema en la administración de puertos o aeropuertos: asociación pública privado (APP), concesiones, publico de uso privado. • Oportunidades del Perú como hub logístico regional.

4. Ambiente legal

Temas sugeridos		
Gestión y evaluación de los acuerdos comerciales internacionales	Aplicación de las normas, reglas usos y costumbres vinculado a negocios internacionales	Relación de fiscalidad con la economía peruana en marco del contexto internacional como OCDE, OMC, OMA.
- Estrategias de negociaciones internacionales de los acuerdos de promoción comercial (APC) en marco de las regulaciones de la Organización Mundial de Comercio (OMC). - Evaluación de las políticas comerciales del Perú según los indicadores de la OMC. - Impacto de los Acuerdos de Promoción Comercial (APC) o Tratados de Libre Comercio (TLC) del Perú por sectores específicos, en la Balanza Comercial y otros indicadores - Evaluación de los términos de intercambio entre el Perú y los países con los que tenemos APC.	- Efecto de las medidas sanitarias o fitosanitarias de los bloques regionales en productos o sectores específicos - Estilos de negociaciones internacionales públicas y la política externa peruana. - Estrategias de negociaciones internacionales en el sector público o privado y su relación con los indicadores de gestión (KPI)	- Recaudación, evasión, elusión tributaria y su influencia en la economía peruana (Balanza comercial, empleo, PIB, términos de intercambio) - Implementación de beneficios tributarios al sector exportador y su relación con los indicadores económicos como Drawback, devolución de IGV a través de SFE. - Aplicación y evaluación de los precios de transferencia en la economía peruana. - Evaluación de los regímenes aduaneros considerando los AFC (OMC) y Marco Normativo SAFE de la OMA

5. Economía

Temas sugeridos
Contribución del comercio internacional, finanzas e inversiones en el crecimiento y desarrollo de los países
- Análisis del impacto de los aranceles, tasas de interés internacionales de la FED en el tipo de cambio y la política monetaria en Perú. - Análisis de los factores que impulsan el crecimiento y desarrollo económico del Perú y otros países en las últimas décadas - Comercio internacional como motor de desarrollo en economías emergentes: estudio de casos - La eficiencia de las medidas de política fiscal aplicadas en el Perú para mitigar los efectos de las crisis económicas globales - Efecto de las barreras arancelarias y no arancelarias en el comercio internacional de bienes específicos establecidas por países o bloques regionales - Relación de los Acuerdos Comerciales Preferenciales con diversos sectores nacionales como agrícola, textil, confecciones, entre otros, considerando la competencia de productos importados y las nuevas oportunidades de exportaciones. - Determinantes de la Inversión Extranjera Directa (IED) en Perú y su relación con el crecimiento económico y el empleo.

- Economía conductual aplicada a estrategias de precios en mercados globales.
- Los consumidores en los mercados externos y su relación con su origen (consumo por añoranza)
- Estrategias de comercialización para consumidores que buscan exclusividad y diferenciación (esnobismo)

6. Ética en los negocios

Temas sugeridos	
Promoción de compliance en negocios internacionales	Buenas prácticas de comercio internacional en la cadena de valor local.
• Impacto de la adopción de prácticas de buena gobernanza y compliance en la reducción de la corrupción y el fortalecimiento de la confianza en las inversiones extranjeras directas en mercados emergentes. • Estudio de casos de éxito y fracaso en la aplicación de programas de compliance sobre anticorrupción, soborno y protección de datos. • Corrupción y gobernanza en negocios internacionales. • Generación de confianza entre accionistas, empleados, clientes, proveedores y sociedad en general. • Transparencia en las decisiones y transacciones de la empresa con sus clientes, proveedores y accionistas. • Ética en las negociaciones comerciales internacionales • Rol de los organismos multilaterales y promoción del comportamiento ético en los negocios internacionales. • Uso de plataformas de comercio electrónicos para la venta de productos y servicios no permitidos. • Transparencia en la cadena de suministro y distribución física internacional. • Códigos de ética de las organizaciones y su influencia en el compliance • Respeto a los derechos humanos y laborales en las operaciones de negocios internacionales. • Uso ético de los datos en el comercio digital internacional.	• Comercio justo, desarrollo empresarial y su impacto en el desarrollo regional y nacional. • Impacto económico y social de las prácticas ilícitas en los negocios internacionales como: contrabando, subvaluación, piratería industrial, concertación de precios entre otros. • Modelos de cooperación público –privado, entre las aduanas, INDECOPI, la policía fiscal y las empresas para fortalecer la inteligencia y controles. • El rol de la tecnología cómo el blockchain, la inteligencia artificial en la lucha contra la piratería industrial, subvaluación y contrabando • Uso indebido de símbolos y tradiciones culturales en campañas publicitarias globales. • Publicidad engañosa en la comercialización de productos y servicios. • Implementación de sistemas de trazabilidad para rastrear la denominación de origen de los productos, asegurando el flujo transparente de comercio internacional. • Relación de prácticas desleales al comercio como dumping y subvenciones con las y políticas comerciales y salvaguardias

7. Finanzas

Temas sugeridos	
Gestión financiera de empresas corporativas nacionales y multinacionales	Financiamiento a través los mercados de capitales, divisas y derivados
- Gestión financiera de empresas peruanas corporativas y su relación con la rentabilidad sectorial - Gestión de operaciones financieras internacionales y los riesgos en los medios de pago internacional - Gestión de divisas y su relación con el riesgo cambiario en operaciones de comercio internacional. - Implementación de gestión de riesgos financieros en las organizaciones en proceso de internacionalización.	- Análisis y evaluación de los intermediarios financieros de los mercados secundarios y derivados a nivel internacional - Proceso para cotización de las empresas peruanas en las bolsas de valores internacionales (acciones, bonos y materias primas) - Mercados de capitales internacionales como alternativa de inversión para las corporaciones - Evaluación de inversiones tecnológicas y modelos financieros digitales en las organizaciones (Fintech).

8. Comunicación en los negocios

Temas sugeridos
La interculturalidad en las negociaciones públicas y privadas
- Influencia de las dimensiones culturales en los estilos de negociación de las organizaciones que desarrollan negocios globales - Heurísticas y su impacto en negociaciones internacionales. - Comunicación intercultural en las estrategias y tácticas de negociaciones internacionales - Negociación, licencia social para operar y gestión de conflictos socioambientales - Diversidad cultural de otros países y su relación con los negocios internacionales

9. Sistemas de información

Temas sugeridos
Tecnología de la información y comunicación
• Identificación de puntos críticos en la implementación de plataformas digitales (VUCE, MISLO, otros) y su relación con la competitividad • Transformación digital en la competitividad de negocios internacionales • Implementación de soluciones digitales y gestión de datos para organizaciones de negocios internacionales • Plataformas digitales y su relación en la intermediación de negocios internacionales • Tecnologías financieras (fintech) como el blockchain, para la financiación y los medios de pago internacionales con mitigación de riesgos • Estrategias de internacionalización de Startups de Pymes, utilizando herramientas digitales y modelos de negocio ágiles. • Ciberseguridad y su relación con las cadenas de suministro global • Sistemas de información para la gestión de la cadena de suministro y marketing global • Uso de datos para diagnosticar y monitorear brechas de inclusión a través de políticas públicas en las organizaciones que desarrollan negocios internacionales

10. Técnicas cuantitativas y estadísticas

Temas sugeridos
Utilización de modelos cuantitativos (estadísticos y matemáticos) en la gestión de las organizaciones
• Modelos de regresión para predecir la demanda de productos y servicios en los mercados nacionales e internacionales • Modelos de simulación para evaluar el riesgo cambiario en transacciones nacionales e internacionales • Modelos experimentales y análisis de datos conductuales de los consumidores internacionales

11. Política de negocios o una experiencia integradora

Temas sugeridos		
Relación de las actividades productivas y comercio internacional con la sostenibilidad	Gestión de emprendimiento e innovación que permite la sostenibilidad de los negocios	Diversidad, equidad e inclusión (DEI) en la gestión de los negocios
• La contribución de la actividad empresarial a la consecución de los ODS. • Modelos de negocios sostenibles e innovadores. • Sostenibilidad y responsabilidad social en las relaciones con el medio ambiente y con las personas • Políticas públicas y marco regulatorio para la sostenibilidad y el comercio. • Implementación de economía circular en la actividad productiva de las organizaciones y su relación con la competitividad	• Gestión e innovación de emprendimientos y su relación con las políticas públicas. • Ecosistema emprendedor con componente tecnológico, social y sostenibilidad. • Emprendimiento digital y nuevas tecnologías disruptivas.	• Relación de la diversidad, equidad e inclusión (DEI) en el desempeño y cultura organizacional de las PYMES, corporaciones y multinacionales • Implementación de políticas y programas de DEI y su relación con la innovación o competitividad • Políticas de inclusión para personas con discapacidad en las organizaciones que desarrollan negocios internacionales

Líneas de investigación del Programa Formativo de Gestión de Recursos Humanos

1. Gestión de Recursos Humanos

Temas sugeridos		
Gestión estratégica del talento humano	Comportamiento organizacional y liderazgo	Bienestar laboral y calidad de vida en el trabajo
• Reclutamiento y selección de personal y competencias requeridas por las organizaciones. • Descripción y evaluación de puestos. • Capacitación y desarrollo de personal • Trabajo decente y derechos humanos • Programas de reconocimiento y compromiso laboral. • Mentoría en la retención de los empleados. • Evaluación del desempeño • Igualdad de oportunidades en el empleo y planillas. • El impacto de la tecnología en el comportamiento de los empleados. • Gestión del Talento en el Contexto del Trabajo Híbrido.	• Análisis de las bases científicas del comportamiento organizacional en el desempeño de las organizaciones. • Motivación y compromiso de los empleados • Cultura organizacional positiva • Sentido de pertinencia y satisfacción laboral • Trabajo en equipo entre colaboradores para alcanzar metas comunes • Estrategias de resolución de conflictos y su influencia en el comportamiento organizacional. • Modelos de comportamiento organizacional y su impacto en el rendimiento laboral. • Estereotipos del hombre y la mujer sobre las relaciones laborales. • Comportamiento ético y compromiso con la comunidad y medio ambiente • Modelos conductuales de los empleados y su influencia en el rendimiento y la productividad. • Desarrollo de liderazgo y gestión de RR.HH.	• Clima laboral y su relación con el comportamiento organizacional • Políticas y procedimientos laborales • Factores físicos del ambiente y seguridad en el trabajo • Factores psicológicos del entorno laboral y equilibrio de la vida laboral y personal • Relaciones interpersonales y cumplimiento de objetivos. • Rol del área de recursos humanos en la promoción de la responsabilidad social corporativa. • Estrategias para promover la diversidad, la equidad y la inclusión en el lugar de trabajo. • Relación entre la seguridad y salud ocupacional en el bienestar laboral. • Bienestar y salud mental en el trabajo.

2. Marketing

Temas sugeridos	
Endomarketing y cultura organizacional	Marca empleadora (employer branding) y atracción del talento
• Estrategias de marketing interno y su influencia en la retención del talento. • Marketing interno y satisfacción de los empleados • Estrategias de comunicación interna y su impacto en el compromiso organizacional. • Transparencia y claridad en la comunicación organizacional con los colaboradores. • Efectos del endomarketing en la retención y satisfacción laboral. • Influencia de la creación y entrega de valor al cliente interno en el desempeño y la satisfacción laboral en las organizaciones. • Impacto de la comunicación interna en el desempeño organizacional. • Comunicación inclusiva y segmentación diversa (diversos grupos sociales, etnias, personas con discapacidad, estereotipos de hombres y mujeres (enfoque de género).	• Estrategias de marca empleadora para la atracción y retención del talento. • Estrategias para la construcción de una marca empleadora efectiva. • Estrategias para la reputación de la imagen de las organizaciones. • Relación entre employer branding y competitividad empresarial. • Influencia de la comunicación digital en la percepción de la marca empleadora. • Impacto del uso de tecnologías emergentes (realidad aumentada y realidad virtual) en la experiencia de marca empleadora.

3. Ambiente de negocios

Temas sugeridos		
Regulación laboral y relaciones de trabajo	Ética organizacional, diversidad e inclusión	Comunicación organizacional y gestión del compromiso
• Medio ambiente y condiciones de trabajo. • Impacto de las normas laborales en la gestión de los recursos humanos. • Desafíos legales que plantea las condiciones laborales del trabajo remoto. • Igualdad de oportunidades en el proceso de selección de personal. • Impacto de la legislación laboral en las prácticas de recursos humanos. • Gestión del desempeño y normativa laboral. • Libertad de asociación y sindicalización de los trabajadores. • Salario legal y salario mínimo vital de los trabajadores en tiempos de crisis. • Brechas salariales por género u autoidentificación étnica y estrategias para su reducción. • Informalidad laboral y calidad de vida. • Tercerización y derechos laborales. • Condiciones de trabajo de hombres y mujeres en los convenios de la OIT. • Análisis de los convenios y recomendaciones de OIT que protegen a poblaciones vulnerables en el ámbito laboral. Marco legal internacional y nacional de las relaciones laborales	• Códigos de ética y prevención de comportamientos no éticos • Transparencia en los procesos de contratación, evitando formas de discriminación. • Ética en el establecimiento de sistemas de remuneración. • Ética en la evaluación del desempeño de los empleados. • Igualdad de acceso a oportunidades de capacitación y desarrollo. • Aspectos éticos en la diversidad e inclusión en el ambiente de trabajo. • Uso de tecnología de forma ética en la gestión de RR HH en el manejo de datos. • Privacidad y protección de datos de los trabajadores	• Comunicación interna y compromiso de los trabajadores • Estrategias de comunicación interna y el sentido de pertenencia de los trabajadores. • Comunicación asertiva y manejo de conflictos. • El uso de redes sociales y su impacto en la comunicación organizacional. • Comunicación digital en el teletrabajo. • Uso de la inteligencia artificial en la comunicación interna. • Comunicación del cambio organizacional • Comunicación de la marca empleadora. • Feedback organizacional digital y su influencia en el desarrollo profesional de los trabajadores en entornos laborales modernos. • Comunicación de la responsabilidad social corporativa y su impacto en el comportamiento de los empleados.

4. Habilidades técnicas

Temas sugeridos		
Sistemas de información y tecnologías aplicadas a Recursos Humanos	Transformación digital y gestión del talento	Analítica de datos y toma de decisiones en Recursos Humanos
• Sistemas de información en la gestión de la seguridad y salud en el trabajo. • El uso de plataformas digitales para el reclutamiento y selección y su impacto en la gestión de sistemas de información de recursos humanos. • Sistemas de gestión de compensaciones y beneficios. • Gestión de datos de empleados en procesos de administración y selección de personal. • Sistemas de evaluación del desempeño y su impacto en la productividad. • Relación entre el uso de plataformas LMS y su efecto en el desarrollo de competencias en el entorno laboral.	• El manejo de software especializado para la gestión de recursos humanos y su impacto en la gestión del talento organizacional. • Nuevas competencias para puestos de trabajo emergentes. • Aplicación de inteligencia artificial en la gestión de recursos humanos. • Automatización de procesos de RRHH mediante inteligencia artificial. • Impacto de la transformación digital en las organizaciones por la adopción de tecnologías. • Teletrabajo y la colaboración digital en la comunicación interna y desarrollo de la cultura institucional. • Percepción de los trabajadores sobre la implementación de herramientas digitales en las tareas cotidianas.	• Análisis de datos aplicados a la gestión de recursos humanos. • Interpretación de datos para la toma de decisiones organizacionales. • Análisis de costos asociados a la gestión de recursos humanos. • Análisis predictivo en la gestión de personas. • Evaluación del impacto de programas de capacitación. • Evaluación de la eficacia de las fuentes de reclutamiento. • People Analytics y Big Data en la gestión de recursos humanos.

5. Política de negocios

Temas sugeridos	
Dirección estratégica de recursos humanos	Innovación y emprendimiento en la gestión del talento
• Gestión estratégica de recursos humanos y su relación con el planeamiento estratégico • Políticas de selección de personal en organizaciones públicas y privadas. • Políticas de inclusión para personas con discapacidad en el entorno corporativo. • Planes de carrera y desarrollo profesional en determinadas organizaciones. • Políticas de remuneraciones de las personas empleadas. • Política de contratación de personal en diversas organizaciones. • Política de beneficios sociales de la planilla. • Diseño de programas de liderazgo que promuevan la identificación y desarrollo profesional de los colaboradores. • Liderazgo inclusivo en la construcción de la cultura institucional. • Habilidades blandas necesarias para ejercer liderazgo en escenarios laborales competitivos.	• Factores que condicionan la innovación en recursos humanos en las organizaciones. • Impacto de la innovación y el emprendimiento de recursos humanos en la organización. • Educación emprendedora en recursos humanos y logro de competencias. • El rol de los recursos humanos en la generación de una cultura emprendedora en las organizaciones. • Atracción y selección del talento con perfil emprendedor. • Liderazgo en la promoción de la innovación organizacional.

Líneas de investigación del Programa Formativo de Marketing

1. Marketing

Temas sugeridos				
Planificación estratégica de marketing y posicionamiento	Comportamiento del consumidor e innovación de productos y servicios	Marketing digital, comercio electrónico y redes sociales	Canales comerciales, precios y gestión del punto de venta	Experiencia de marca, marketing interno y gestión de la relación con el cliente
• Importancia de la planificación estratégica en PYMES. • Impacto de las estrategias de marketing en el posicionamiento de marca. • Posicionamiento de marca y su relación con el nivel de compra. • Efecto del rediseño del plan estratégico de marketing sobre la percepción de valor de la marca.	• Preferencias del consumidor frente a productos con innovación ecológica. • Factores que impulsan la intención de compra de productos o servicios. • Relación de las motivaciones de consumo y la aceptación de productos personalizados. • Comportamiento de compra del consumidor digital. • Uso del neuromarketing para evaluar la efectividad de campañas publicitarias. • Relación entre estímulos visuales y recordación de marca en entornos digitales. • Análisis del impacto de colores, música y diseño en la experiencia sensorial del consumidor	• Comportamiento del consumidor en procesos de compra por redes sociales. • Influencia de las redes sociales en la intención de compra de productos. • Relación entre el nivel de engagement y la intención de compra. • Efecto de las estrategias de contenido en la fidelización de clientes. • Relación entre el uso de influencers y la percepción de autenticidad de marca. • Influencia del diseño web en la confianza del consumidor de productos masivos. • Efectividad del storytelling en la construcción de marcas con propósito. • Estrategias de contenido en redes sociales y su impacto	• Aplicación de estrategias de fijación de precios en el retail moderno. • Promociones de precios y su relación con las decisiones de compra. • Efectividad de las estrategias de merchandising para la atracción de nuevos clientes en puntos de venta. • Influencia de la gestión multicanal en la satisfacción del cliente. • Estrategias omnicanal y su impacto en la experiencia del cliente. • Fenómeno del webrooming y showrooming como parte de la gestión de canales. • Diseño de experiencias del consumidor en puntos de venta con ayuda de IA.	• Relación entre las estrategias de endomarketing y el compromiso organizacional. • Impacto del endomarketing en la calidad de atención al cliente. • Endomarketing y retención del talento: un estudio en organizaciones con alta rotación laboral. • Relación entre marketing interno y employer branding en la construcción de la experiencia del colaborador. • Estrategias de comunicación interna y su influencia en la adopción de la cultura organizacional. • Percepción del colaborador sobre la coherencia entre el mensaje institucional y la experiencia interna.

	• Influencia de las emociones en la preferencia de productos de consumo masivo. • Factores que influyen en la lealtad del consumidor hacia marcas en mercados competitivos.	en la interacción con el cliente. • Relación entre narrativas de marca y percepción de autenticidad. • Diseño de contenidos para conectar con públicos jóvenes en campañas digitales: estudio de casos. • Influencia de las RRSS en la decisión de compra del consumidor.		• Experiencia de marca y su influencia en la fidelización del consumidor. • Relación entre experiencia del cliente y percepción de valor de marca. • Uso de sistemas CRM en la gestión de la relación con el cliente. • El colaborador como embajador de marca. • La comunicación interna en la gestión del posicionamiento de la marca empleadora.
--	--	--	--	---

2. Finanzas en negocios

Temas sugeridos
Gestión financiera aplicada a las decisiones de marketing
• Uso de indicadores financieros para la evaluación de campañas de marketing. • Análisis del impacto de los costos de marketing digital en la rentabilidad de las pymes. • Relación entre el presupuesto de marketing y el incremento de ventas: un estudio de casos. • Evaluación del uso de indicadores financieros en la toma de decisiones sobre lanzamientos de nuevos productos. • Determinación del retorno de inversión (ROI) de campañas promocionales en función del análisis de estados financieros. • Evaluación del retorno de inversión (ROI) de estrategias de marketing en empresas del sector retail. • Análisis del impacto del presupuesto de marketing en la rentabilidad empresarial.

3. Ambiente legal de negocios

Temas sugeridos
Marco legal y normativo aplicado al marketing
• Implicancias legales de la publicidad engañosa en el comportamiento del consumidor. • Análisis del cumplimiento normativo en la gestión de datos personales en campañas de email marketing. • Análisis del marco legal aplicado a las promociones y ofertas en el comercio electrónico. • Evaluación del cumplimiento de la normativa sobre protección al consumidor en campañas promocionales en redes sociales. • Implicancias legales del uso de inteligencia artificial generativa en estrategias de contenido publicitario. • Análisis de la normativa sobre responsabilidad social en la publicidad dirigida a públicos vulnerables. • Regulación del uso de influencers en estrategias de marketing digital. • Cumplimiento normativo en campañas de publicidad comparativa en el mercado peruano. • Análisis de los sistemas de autoregulación publicitaria por parte de anunciantes.

4. Economía

Temas sugeridos
Análisis del entorno económico para la toma de decisiones de Marketing
• Impacto de la inflación en las estrategias de fijación de precios de productos de consumo masivo. • Relación entre el tipo de cambio y el comportamiento de compra de productos importados. • Influencia de las políticas fiscales en la inversión publicitaria. • Economía conductual aplicada a estrategias de precios y consumo. • Efecto de la recesión económica en la percepción de valor de marcas premium en consumidores urbanos. • Relación entre la tasa de desempleo juvenil y el consumo de productos de bajo costo en canales digitales. • Impacto del poder adquisitivo en la demanda de marcas de distribución (marcas propias). • Relación entre ciclos económicos y cambios en el comportamiento del consumidor.

5. Ética de negocios

Temas sugeridos	
Informalidad, ética y marketing responsable	
• Percepción del consumidor sobre la ética en la publicidad. • Relación entre la responsabilidad social empresarial y la fidelización de clientes. • Análisis de prácticas de greenwashing en marcas locales: un enfoque desde el marketing responsable. • Impacto de la informalidad en la percepción del valor de marca en mercados emergentes. • Ética y transparencia en la gestión de influencers: análisis de contenidos patrocinados en redes sociales. • Evaluación de prácticas éticas en la comunicación de sostenibilidad ambiental de marcas locales. • Percepción del consumidor frente a estrategias de marketing dirigidas a públicos vulnerables (niños, adultos mayores, etc.). • Vinculación del plan de marketing con los ODS. • Diferencias entre enfoque de responsabilidad social empresarial y campañas de responsabilidad social.	

6. Sistemas de información

Temas sugeridos	
Sistemas de información para la toma de decisiones	Transformación digital y modelos de negocio emergentes
• Evaluación del uso de sistemas de información en el análisis del comportamiento del consumidor. • Impacto de las decisiones estratégicas en la participación de mercado en entornos simulados de negocio. • Uso de sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) en campañas de fidelización. • Aplicación de herramientas de business intelligence para la identificación de segmentos de mercado rentables. • La queja o el reclamo del consumidor como fuentes de información y mejora continua.	• Impacto del uso de inteligencia artificial en la personalización de experiencias de compra en canales digitales. • Nuevos modelos de negocio basados en economía de plataformas: estudio de casos en servicios digitales. • Influencia de la automatización robótica de procesos (RPA) en la eficiencia de operaciones comerciales. • Análisis del nivel de transformación digital en empresas del sector retail y su relación con la experiencia del cliente. • Realidad Aumentada (RA) y Realidad Virtual (RV) en la Experiencia de Marca

7. Técnicas cuantitativas/Estadística

Temas sugeridos	
Análisis de datos e inteligencia de mercados	
• Segmentación del mercado mediante clustering. • Uso del análisis de regresión para predecir la intención de compra en campañas digitales. • Identificación de patrones de consumo mediante análisis descriptivo de datos. • Aplicación de técnicas estadísticas para la evaluación de la efectividad de promociones. • Predicción de tendencias de consumo en jóvenes utilizando análisis de series temporales. • Evaluación de la efectividad de campañas en redes sociales mediante análisis multivariado. • Aplicación de minería de datos para identificar perfiles de clientes en empresas de servicios. • Aplicación del análisis factorial para la construcción de escalas de percepción de marca. • Hipersegmentación como evolución de la segmentación tradicional.	

8. Política de negocios

Temas sugeridos		
Marketing verde, circularidad y sostenibilidad ambiental	Marketing social, inclusión y desarrollo sostenible	Emprendimiento e innovación sostenible
• Impacto del marketing ecológico en la percepción de marca de productos sostenibles. • Estrategias de marketing para comunicar acciones de economía circular en empresas retail. • Influencia de la comunicación ambiental en la decisión de compra del consumidor responsable. • Evaluación del compromiso ambiental en campañas publicitarias de productos ecológicos. • El consumidor socialmente responsable.	• Estrategias de marketing inclusivo en campañas dirigidas a personas con habilidades diferentes: Estudio de casos. • Comunicación y publicidad inclusiva: efectos en la percepción de marca. • Relación entre responsabilidad social empresarial y fidelización del cliente. • Marketing social como herramienta para cambiar actitudes frente a la discapacidad. • Evaluación de programas de marketing con impacto comunitario en zonas rurales.	• Estrategias de marketing para el posicionamiento de productos innovadores en etapa de preincubación. • Rol del marketing en la sostenibilidad de emprendimientos post - incubación. • Propuesta de valor en productos mínimos viables (PMV) dirigidos a nichos sostenibles. • Estrategias de marketing para la introducción de bionegocios en mercados nacionales. • Valor percibido de productos derivados de la biodiversidad en consumidores. • Innovación en empaques biodegradables como ventaja competitiva en bionegocios.