



Universidad de  
los Andes

Facultad de  
Administración  
Liderazgo para la vida



# CURSOS

SOALTIIVOS 2021-

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

# G GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

**Prerrequisito:**  
Comportamiento organizacional  
ADMI-1603

**Área:**  
Organizaciones

**ADMI2107**



**Profesor:** Paula Rozo

[Ver Perfil](#)



En la actualidad el cambio es la única constante, las organizaciones enfrentan entornos dinámicos caracterizados por la volatilidad, incertidumbre y complejidad. Las disrupciones tecnológicas continúan a una velocidad sin precedente. Al rededor de 133 millones de trabajos se crearán gracias la inteligencia artificial y la robótica, otros 75 millones de trabajo desaparecerán. El trabajo remoto también llegó para quedarse, la pandemia tumbó las barreras culturales y tecnológicas que impedían el trabajo desligado a un espacio físico. El porcentaje de trabajadores que participan en la economía Gig crecerá significativamente en los próximos años, generando cambios muy profundos en la manera en la que se organiza el trabajo.

Con el entorno tan dinámico, la gerencia de talento se convierte en una prioridad para la sostenibilidad y

éxito de las organizaciones. Todos los empresarios, próximos gerentes y líderes de equipos de trabajo necesitan conocer el marco jurídico laboral (principios, derechos, obligaciones que estipula la Constitución Política y el Código Sustantivo de Trabajo en Colombia) para tomar decisiones más conscientes y responsables con la sociedad y el medio ambiente. Para cumplir con en este propósito analizaremos el sistema para la gestión del desempeño, el cual involucra procesos engranados tales como atracción, selección del talento, evaluación y desarrollo de la carrera profesional. Con este curso pretendemos generar espacios de discusión y dialogo que nos permitan repensar y formular alternativas para el futuro del trabajo.

# FINANZAS 3: ESTRATEGIA

## Prerrequisito:

Finanzas 2 ADMI 2204 y  
Cálculo Integral y  
Probabilidad MATE 1252 o  
Equivalente en Probabilidad

## Área:

Finanzas

## ADMI2205



Profesor: Juliana Malagon

[Ver Perfil](#)

El curso de Finanzas III cierra el ciclo de los cursos básicos de finanzas y busca incorporar todos los conceptos aprendidos dentro de una teoría financiera completa, consistente y robusta. Luego del curso los estudiantes habrán adquirido las herramientas conceptuales y prácticas para enfrentarse a una diversa gama de problemas financieros. El diseño del curso está basado en la idea de que el entendimiento de los problemas

mediante un modelo conceptual sólido es el primer paso, y quizás el más importante, para encontrar soluciones óptimas. De esta manera, el contenido de la asignatura combina la teoría financiera, casos reales reportados en la prensa nacional e internacional y ejercicios prácticos basados en datos reales que facilitan la aplicabilidad de los conceptos aprendidos.

# COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

## Prerrequisito:

Fundamentos de  
Mercadeo ADMI 2301

## Área:

Mercadeo

## ADMI2206



Profesor: Catalina Estrada

[Ver Perfil](#)

El curso de comportamiento del consumidor busca que los estudiantes entiendan la complejidad del consumo en el mundo de hoy. Más allá de las obvias conexiones entre el entendimiento del comportamiento del consumidor y las estrategias de marketing, el consumo está en el corazón de las actividades humanas y su entendimiento tiene implicaciones en la solución de grandes retos

sociales como la sostenibilidad y la pobreza. El curso se enfoca en el desarrollo de habilidades analíticas e interpretativas conectadas tanto con las situaciones de marketing que todo tipo de organización enfrenta en relación con sus consumidores, así como el rol del comportamiento de consumo en el desarrollo general de la sociedad.



CURSOS  
ELECTIVOS  
2021-1

# PLANES DE NEGOCIOS

**Prerrequisito:**  
Emprendimiento  
e Innovación  
ADMI 3110

**Área:**  
Estrategia



## ADMI3109

**Profesor:** Andrés Guerrero

[Ver Perfil](#) 

El curso se centra en ofrecer herramientas al estudiante para la elaboración, presentación y análisis de un plan de negocios. En función de este objetivo, se presentan sus componentes básicos para desarrollar la capacidad de estructurarlo según el tipo de negocio que se busca llevar a cabo y, el público objetivo que se quiere impactar para conseguir los recursos necesarios para su implementación. A la vez, se procura desarrollar y

fortalecer la capacidad de presentación de un plan de negocios según el público objetivo para el que fue desarrollado. Finalmente, el curso tiene especial énfasis en la búsqueda de recursos para financiamiento del plan. Dirigido a estudiantes que puedan tener una idea seria de emprendimiento, aunque se espera que las habilidades desarrolladas apliquen en otro tipo de coyunturas.

# MERCADOS DERIVADOS (INGLES)

**Prerrequisito:**  
Decisiones de Inversión  
ADMI 2204 o Análisis  
Decisión Inversión IIND 2401  
y MATE1506 (o equivalente)

**Área:**  
Finanzas



## ADMI3210

**Profesor:** Enrique Ter Horst

[Ver Perfil](#) 

Este es un curso donde se estudian las técnicas básicas de valoración de instrumentos derivados y su uso como mecanismo de cobertura financiera. Igualmente, en el curso se analizará el funcionamiento de los mercados donde estos instrumentos se negocian. Fundamentalmente se estudiarán los futuros, los forwards, los swaps y finalmente

las opciones. El curso busca integrar la teoría dictada en clase a casos reales del mercado de derivados estadounidense y colombiano, utilizando las diferentes herramientas como Bloomberg, Reuters, entre otros con el fin de transmitir al estudiante un conocimiento teórico y práctico de derivados.

# G

## ERENCIA AMBIENTAL (INGLES)

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Sostenibilidad



**Profesor:** Bernhardus Van Hoof



**Ver Perfil**

### ADMI3133

The purpose of this course is to provide students with an understanding of social-environment intersections and introduce examples of environmental management strategies and practices from various scales and perspectives. Through the course, students are expected to enhance their

understanding about complexity, cause – effect relationships, and dilemma in environmental management issues, particularly in the context of Colombia, and hone their capacities to develop innovative approaches to address these issues.

# G

## ESTIÓN CULTURAL: NOCIONES BASICAS

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Gestión



**Profesor:** Jaime Ruiz

**Ver Perfil**

### ADMI3128

A partir de concebir el Arte y la Cultura como un factor de creación de valor se estructura el siguiente curso, cuyo objetivo básico consiste en la adquisición de las nociones fundamentales para la comprensión de las organizaciones y procesos de gestión que se dan en las entidades que hacen parte de este importante sector de la sociedad. En este curso se aborda, tanto lo relacionado con los procesos de diseño, producción y distribución de organizaciones artísticas, como los aspectos relacionados con las denominadas industrias culturales, creativas, o del entretenimiento. En esta ocasión como consecuencia

del COVID 19 se ha observado que el sector Artístico y Cultural es uno de los más afectados por la Pandemia, lo cual es una valiosa oportunidad para precisar los impactos que tienen en las organizaciones que conforman el sector y las posibles salidas a la crisis actual. El objetivo final del curso, a través de una metodología teórico práctica, consiste en dar a conocer a los participantes las características básicas necesarias para la gestión administrativa de las organizaciones que manejan este recurso intangible y simbólico.

# EMPRENDEDORES LÍDERES, INNOVADORES Y GLOBALIZADOS (ELIG)

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Gestión



**ADMI3139**

**Profesor:** Carlos Dávila [Ver Perfil](#)

Este curso, abierto a estudiantes de toda la Universidad, tiene como propósito aprender sobre diversos aspectos del proceso de emprendimiento e innovación aprovechando el gran potencial que ofrecen las experiencias de emprendedor@s líderes, innovador@s y globalizad@s, acumuladas en una diversidad de contextos geográficos. El curso se ofreció por primera vez en el primer semestre de 2018; tendrá lugar en quinta ocasión en el primer semestre de 2021.

Estudiaremos experiencias concretas, reales, muy “intensas” y llenas de vivencias y enseñanzas sobre éxitos y fracasos que han tenido emprendedores en diferentes país y momentos, incluidas algunas de las fascinantes ocurridas en Colombia durante la pandemia actual. En el curso nos acercaremos a emprendedores digitales (Steve Jobs, Mark Zuckerberg, Ed Catmull), líderes empresariales (Carlos Slim y Eugenio Garza - México - Gustavo Cisneros – Venezuela-, Ana Botín – España-, Julio Mario Santo Domingo, José Alejandro Cortés, Antonio Celiá – Colombia-), líderes sociales colombianos (Nicanor Restrepo Santamaría, Manuel Carvajal, Silvio Ruiz, Omaira Hernández, los niños campesinos de Choachí, una emprendedora anónima del suroriente de Bogotá ) y líderes institucionales (Joseph Schumpeter – Alemania, Estados Unidos-, Eugenio Garza – México- y Mario Laserna – Colombia-). Esas experiencias están recogidas en una amplia variedad de videos, artículos, “links” y entrevistas

a estos emprendedores. Las entrevistas son en su mayoría parte del programa “Creating Emerging Markets” (CEM) de la Harvard Business School; la Facultad de Administración forma parte de este programa. Complementariamente, invitamos Emprendedores jóvenes que utilizando tecnologías digitales están adelantando emprendimientos de diferente tipo. Por ejemplo, en servicios (tecnológicos, financieros, marketing, transporte, consumos para nichos especiales), emprendimientos sociales, institucionales, etc. Vari@s de ell@s son estudiantes y egresados recientes de Uniandes.

L@s estudiantes pueden derivar lecciones prácticas sobre el proceso de emprendimiento y ponerlas en práctica en el contexto excepcional del COVID19 de acuerdo a sus intereses. El curso constituye un espacio atractivo y retador para aprender respecto al emprendimiento. Por ejemplo, sobre los desafíos que están enfrentando l@s emprendedor@s menores de treinta años: ¿dificultades vividas en el “starp up”?, ¿cómo no desaparecer en el intento?, ¿momentos críticos en el proceso de crecimiento?, ¿diferencia entre un emprendedor “verde”, uno social y otr@s emprendedor@s?, ¿fuentes de financiación en las etapas iniciales y en la consolidación?, ¿papel de la familia, redes familiares y amigos en el inicio y etapas posteriores?, ¿experiencia y lecciones derivadas por los emprendedores al relacionarse con el Estado y la política?



CURSOS  
ELECTIVOS  
2021-2022

# FINANZAS PERSONALES

**Prerrequisito:**  
N/A



**Ver Video**

**Área:**  
Finanzas



**ADMI3205**

**Profesor:** Santiago Rodríguez

**Ver Perfil**

El curso busca darle al estudiante las herramientas necesarias para que plantee sus objetivos financieros y formule un plan que le permita alcanzar sus metas y sueños. Se detallarán los estados financieros personales, como son el balance general y el flujo de caja, teniendo en cuenta las proyecciones y los aspectos tributarios. Se profundiza en cada uno de los componentes del plan financiero personal. En primer lugar, se exponen los aspectos referentes a la liquidez y el concepto de ahorro, uno de los puntos más importantes de las finanzas personales. En segunda

instancia se presentan las características de los diferentes tipos de crédito que se pueden utilizar, así como la importancia de construir su historial crediticio. En tercer lugar, se muestran cuándo y qué tipo de seguros hay que contratar para proteger tanto los activos como los ingresos. Luego, cuáles son las alternativas de inversión, teniendo en cuenta la cantidad de recursos económicos, el perfil de riesgo, la rentabilidad que se busca y la liquidez de la inversión. Y finalmente, se exponen los conceptos y las decisiones que se pueden tomar en cuanto a la pensión.

# MERCADO DE CAPITALES

**Prerrequisito:**  
Decisiones de Inversión  
ADMI 2204 o Análisis  
Decisión Inversión  
IIND 2401 y MATE1506  
(o equivalente)

**Área:**  
Finanzas

**ADMI3207**



**Profesor:** Carlos Pombo

**Ver Perfil**

Este es un curso electivo que profundiza el conocimiento y aprendizaje en la disciplina de finanzas, en particular sobre el rol de los grandes actores en los mercados financieros, como lo son las instituciones financieras, las firmas del sector real emisores de valores y el gobierno como emisor de deuda pública. Se profundiza en el análisis de los sistemas financieros en un contexto internacional ya sea para el financiamiento de gobiernos, empresas y personas, a través de establecimien-

tos de crédito o de la emisión de títulos valores (bonos, acciones ordinarias, acciones preferentes) y la gestión de los riesgos de liquidez, de mercado, crédito y tasas de interés por parte de los bancos comerciales. El diseño de este curso es por tópicos especializados y profundiza otros temas como el papel de los inversionistas instituciones y la banca de inversión en la estructuración de oferta publicas iniciales de acciones (IPOs).

# MARKETING COMMUNICATIONS

**Prerequisito:**  
Fundamentos  
de Mercadeo ADMI 2301

**Área:**  
Mercadeo

**ADMI3237**



**Profesor:** Bradley Wilson

[Ver Perfil](#)



HOW DO YOU GET INTO THE BEST COMMUNICATION JOB NETWORK IN THE WORLD? > SIMPLE . Take Brad's Class. Get taught by a Professor who has guided some of the finest modern minds in Global Branding and Communications today. What would be the best Advertising and PR job you could ever imagine getting for yourself in the world today? Think about it... for a moment... truly really think about it. Apple in San Francisco, L'Oreal in Paris, having a top job at perhaps arguably the world's best Digital Agency in New York OR CEO of the most awarded agency in the Southern Hemisphere? Well guess what? THESE ARE ALL FORMER STUDENTS of Professor Wilson's! Will you be the next shining star? In this course you will examine the role of advertising as a marketing communication tool,

and explore how individuals and organizations can succeed. You will investigate communication and advertising, exploring the processes involved in creating and evaluating advertising campaigns, and examine industry best practices globally. A focus of the course will also be exploration of various aspects of advertising industry practices such as the role of research, segmenting and targeting consumer audiences, and the creative process. Here is what some of them have said about Brad, his class, what they learnt and his style, THESE FORMER STUDENTS ARE NOW GLOBAL INDUSTRY LEADERS AND POWER BROKERS. Sign up now. See you in Class.

# B RAND MANAGEMENT

**Prerrequisito:**  
Fundamentos de  
Mercadeo ADMI 2301



**Área:**  
Mercadeo



**Profesor:** Mavy Gutierrez

[Ver Perfil](#)

**ADMI3341**

Toda estrategia de mercadeo involucra posicionar la organización/producto en la mente del consumidor. La marca es el artefacto más importante para lograr ese posicionamiento. Sin embargo en una economía globalizada el desarrollo de la misma involucra el entendimiento profundo del mercado en distintos niveles (macro, meso, y micro). Este curso provee al estudiante herramientas para analizar el mercado y a partir de este análisis idear, desarrollar y comunicar una marca con un

propósito claro y con perspectiva global. Adicionalmente, permite integrar los conocimientos adquiridos previamente en los cursos de mercadeo para realizar mediciones cuantitativas y cualitativas que permitan conocer el impacto de la marca en la estrategia organizacional para la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo. Por último, el curso da una mirada a las tendencias en la estrategia de desarrollo de marcas.

# MERCADOS EMERGENTES

**Prerrequisito:**  
N/A



**Área:**  
Estrategia



**Profesor:** Juan Carrillo

[Ver Perfil](#)

**ADMI3705**

Los mercados emergentes son aquellos que empiezan a crecer por encima de sus pares y lo hacen de forma sostenible por un período largo de tiempo de tal forma que acaban convergiendo en un mediano o largo plazo con los países desarrollados del mundo. Todos los países desarrollados (como EEUU, Alemania y Japón) han sido en algún momento emergentes, y han logrado salir adelante por una serie de circunstancias históri-

cas, políticas, económicas y empresariales. Se escogerán una serie de países, principalmente de Asia y América Latina, para entender en qué forma están desarrollando sus economías, y hasta qué punto Colombia puede aprender de estas experiencias. Dentro de los países estudiados estarán Brasil, China, India, México, Singapur, Chile y Perú.



CURSOS  
ELECTIVOS  
2021-2022

# SERVICE MANAGEMENT

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Cadena de Abastecimiento  
y Tecnología



**Profesor:** Marcus Thiell [Ver Perfil](#)

## ADMI3503

Service Management (English): In 2021, Colombia is a service economy in which services account for around 60% of the GDP and employment. With many service sectors in Colombia still being highly informal and, according to empirical studies, showing significant potential to improve productivity and customer satisfaction, the future Colombian economy might even stronger focus and depend on competitive service business models. As a consequence and similar to many countries around the world, the majority of Colombian management school students will work in the

service sector, dealing with strategic and operational service challenges resulting from the intangibility of the service offering and the integration of external factors into service processes. This course, based on a leading textbook and complemented by diverse case studies, will consistently refer to the Colombian context and its service organizations, finally striving (a) to support the innovative and sustainable design and management of service systems in Colombia, and (b) to provide the students with relevant knowledge and skills for modern business environments.

# MARKETING DIGITAL

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Mercadeo



**Profesor:** Manuel Saravia [Ver Perfil](#)

## ADMI3431

Los estudiantes se familiarizan en este curso con los conceptos básicos del Mercadeo como las 8P + S, la segmentación, la identificación del target y las diferentes técnicas y herramientas para llegar a cada persona según sus particularidades y conocerán la definición, los detalles, la aplicación y la integración en un Plan Global de Mercadeo de conceptos como las webs 2.0 y 3.0 (bases para la revolución digital), la Cuarta Revolución Industrial, Big Data, Marketing Analytics (Business Intelligence), segmentación basada en estudios y en data,

Buyer Persona y segmentos individuales, así como creación, conceptualización y ejecución de campañas de Marketing Digital.

Con estos conceptos y herramientas, los estudiantes estarán en capacidad de crear planes de marketing digital con una visión 360 de las herramientas disponibles y de cómo la tecnología les permite llegar a cada uno de sus clientes actuales y potenciales en segmentos uno a uno.

# TALLER DE HABILIDADES GERENCIALES

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Organizaciones

**ADMI3601**



**Profesor:** Jesús Muñoz

[Ver Perfil](#)



Los grandes retos que los profesionales tienen en el actual entorno de economía digital requieren desarrollar habilidades directivas que en tiempos anteriores se reservaban a la gerencia de las empresas. Hoy, dadas las condiciones cambiantes del entorno y la necesidad del trabajo colaborativo en redes dinámicas, dirigir es una capacidad que todos debemos tener. Dirigir grupos, dirigir procesos, dirigir planes y acciones, dirigir relaciones variadas. Dirigir, entonces, requiere entrenarse en aquellas habilidades que permitan navegar disruptivamente tanto consigo mismo como con otros. Este taller está diseñado para generar un plan personal de desarrollo de esas capacidades de dirección, acompañados por gerentes de primer nivel que participan en las sesiones compartiendo sus experiencias (en cada semestre participan mínimo seis gerentes generales), realizando ejercicios prácticos que están

orientados a que cada estudiante observe su nivel de avance en el entrenamiento, análisis de casos colombianos de éxito y fracaso en el entorno actual, la revisión de conceptos claves, trabajo colaborativo con sus compañeros y el acompañamiento permanente del profesor quien además es empresario, consultor y asesor en temas de transformación organizacional tanto en organizaciones públicas como privadas de Colombia y fuera del país. Quienes han tomado el taller dicen que ha sido una experiencia académica altamente significativa y de enorme aplicación en su vida personal y profesional. Las habilidades que se trabajan durante el semestre son: Comunicación efectiva; Liderazgo y coaching; Motivación y trabajo en equipo; Toma de decisiones; Negociación y resolución de conflictos; y Gestión del cambio.

# TALLER DE INNOVACION

**Prerrequisito:**  
Emprendimiento  
e Innovación  
ADMI3110

**Área:**  
Estrategia



**Profesor:** Rafael Vesga

[Ver Perfil](#)



**ADMI3604**

El curso Taller de Innovación ADMI3604 registra un cambio a partir del segundo semestre de 2019. El foco del aprendizaje en el curso se concentrará en el desarrollo de conocimientos y habilidades para participar en forma efectiva en la gestión de un sistema de innovación en una empresa grande.

Este enfoque obedece a la necesidad de responder a la preocupación que tienen las empresas respecto a la escasez de profesionales capaces de enfrentar los difíciles retos de la gestión de los sistemas de innovación. Por una parte, los equipos de innovación deben tener una alta disposición hacia la creatividad y deben demostrar una fuerte actitud emprendedora. Por otra, deben interactuar con otras unidades de negocio que están acostumbradas a dar prioridad a la optimización de recursos y la eficiencia en la gestión, antes que a la búsqueda de oportunidades creativas de más largo plazo. En este encuentro se generan tensiones y se requiere una combinación particular de habilidades para manejarlas. Los profesionales exitosos en los sistemas de innovación deben actuar en alta medida como traductores e intérpretes entre los mundos de la gestión emprendedora y la gestión orientada a mantener el desempeño de las empresas.

El curso ofrece a los estudiantes la oportunidad de desarrollar estas habilidades. Los estudiantes se organizan en equipos interdisciplinarios con el fin de encontrar soluciones a problemas planteados por las empresas, relacionados con retos que deben ser resueltos por sus sistemas de innovación. Los estudiantes deben formular propuestas creativas para responder a estos retos y luego deben validar su entendimiento del problema y sus propuestas con los equipos de innovación y con los equipos operacionales de la empresa. En su interacción con las empresas, los estudiantes validan conocimientos adquiridos en clase y comparan la teoría con la experiencia práctica que viven estas organizaciones.

En el semestre 2019-2, las empresas con las cuales trabajarán los estudiantes serán Davivienda en su alianza con Rappi; la Casa Editorial El Tiempo y la distribuidora Disay, una empresa en rápido crecimiento que está empeñada en innovar en a distribución de productos de consumo en canal tradicional en el país.



CURSOS  
ELECTIVOS 2021-1

# A LIMENTOS Y OPORTUNIDADES EMPREENDEDORAS

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Gestión



**Profesor:** Claudio Peña

[Ver Perfil](#)



**ADMI3611**

La industria de alimentos constituye la principal actividad económica y de supervivencia de cualquier país, la cual enfrenta grandes desafíos: crecimiento y envejecimiento de la población, cambio climático, deterioro tierras cultivables, sostenibilidad y nuevas tendencias de consumo saludable, lo que exige mejores prácticas y procesos de producción y reducción de desperdicios en toda su cadena de valor.

El estudio y comprensión de esta cadena de valor se realiza desde una aproximación novedosa a partir de actividades académicas convencionales (lecturas, conferencias y discusiones) y no-convencionales (observación participante, cultivo urbano AgroLab, preparación de snacks, visitas de campo y entrevistas) para identificar y desarrollar oportunidades de emprendimiento innovadoras aplicando el Food Design Thinking y el Lean Start Up.

El recorrido conceptual y visitas inicia con el consumidor final (momentos de consumo), el proceso agrícola con sus retos y desafíos (Saens Fetty: semillas e invernaderos y cultivos), la distribución desde el campo hasta la mesa (Corabastos, plazas de mercado, grandes superficies, supermercados, tiendas, Rappi y restaurantes como WOK y el Cielo), y la industria de alimentos procesados (Cream Helado, Ramo, Alpina o similar).

Trabajando en equipos multidisciplinarios, cada estudiante podrá poner en práctica buena parte de sus conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera, teniendo una visión de conjunto (enfoque sistémico) como metodología para enfrentar la complejidad.

# MARKETING CULTURE AND THE ARTS

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Mercadeo



**Profesor:** Monica Muñoz [Ver Perfil](#)

**ADMI3336**

Las organizaciones de artes y cultura analizadas desde una visión amplia incluyen a las empresas en artes escénicas, museos o monumentos históricos, industrias culturales y medios de comunicación. Identificar el contexto de cada organización cultural, permite definir las estrategias de mercadeo más eficientes para enfrentar la competencia por recursos y atraer la atención de los consumidores.

Con una visión estratégica y de planeación y de acuerdo a las especificidades de cada organización cultural, se analizarán los diferentes componentes

de un plan de mercadeo, permitiendo a los estudiantes como proyecto final aplicar los conceptos con una organización cultural de elección.

Este curso parte de la base del modelo de mercadeo tradicional y discute las especificidades del modelo de mercadeo para las Artes y la Cultura, entendido como “una herramienta que permite atraer a la audiencia adecuada a la obra de arte del artista”. (Colbert, 2019)

# GESTIÓN DE INSTITUCIONES FINANCIERAS

**Prerrequisito:**  
Decisiones de Inversión  
ADMI 2204 o Análisis Decisión  
Inversión IIND 2401 y  
MATE1506 (o equivalente)

**Área:**  
Finanzas



**Profesor:** Santiago Rodríguez [Ver Perfil](#)

**ADMI3208**



[Ver Video](#)

Este curso busca que los estudiantes conozcan la estructura del sistema financiero y entiendan el funcionamiento de los diferentes tipos de instituciones financieras (IF) como los bancos, compañías de seguros, fiduciarias, fondos de pensiones, comisionistas de bolsa, entre otros. Se analizarán los principales riesgos a los que se encuentra expuesta una IF, como el riesgo de mercado, el de

crédito, el riesgo operacional y el riesgo de liquidez. Así como los modelos para medir y la manera de gestionar dichos riesgos. Se presentarán las diferentes áreas organizaciones, los principales productos financieros de cada IF y las medidas de desempeño, entendiendo las fuentes de ingresos y principales gastos.

# TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN

Prerrequisito:  
N/A

Área:  
Organizaciones



Profesor: Margarita Canal



Ver Perfil

ADMI3602

Técnicas de negociación y comercialización internacional es un curso de nivel básico del área de administración y de negocios internacionales, que busca que los estudiantes aprendan conceptos esenciales de negociación y su relevancia en los eventos cotidianos de una organización, así como aspectos interculturales e internacionales de la negociación.

El curso se denomina FIT (Flexible, Innovador y con Tecnología) por esto, se da en línea, por lo tanto, no tiene salón de clase, brindando la posibilidad de conectarse a las sesiones desde múltiples lugares, siempre y cuando se cuente con computador y con una adecuada conexión a internet. Se da en alianza con el Tecnológico de Monterrey de México, por lo cual una de sus profesoras y la mitad de los estudiantes pertenecen a

dicha Universidad y la otra profesora y demás estudiantes son de UniAndes. Gracias a esto el curso y sus negociaciones, tienen un componente internacional real. El horario es martes y viernes con una duración de una hora y veinte minutos por sesión, sin embargo, los estudiantes deben disponer de la franja de 11:30 a.m. a 2:00 p.m. durante todo el semestre, en tanto el huso horario cambia en México. Por lo anterior, desde el 8 de febrero al 3 de abril el horario es de 12:30 a 2:00 p.m. y a partir del 4 de abril, será de 11:30 a 1:00 p.m.

Para obtener uno de los 15 cupos del curso, es necesario preinscribirse a través de este link: <https://bit.ly/TECNEGOCIACION-20211>

**(inscripciones abiertas hasta el 22 de enero)**



# CURSOS

ELECTIVOS 2021-

Workflow provided. Select 99<GO> to update your Market Player.

Functions for Your Workflow

Market Player: Credit Analyst (Buy-Side) Browse

WHAT'S NEW (3)

Research Portal: Single Security | BRC <GO> »

BRC <GO> is your one-stop portal to a wide breadth of research, allowing you to gain a deeper knowledge of a

Show Filters Amazon.CO... x

Internal Research | More »

AMZN US (AMZN US Equity) Rv

CMC-EMRG MKT EQY Equity TOP Related Functions Menu

All Stories Pages Custom Searches Translate

Top Stories Selected By Bloomberg | More »

- 1) Stocks Tumble Worldwide While Treasuries Surge; Markets Wrap
- 2) Cases Top 100,000; Trump Signs \$7.8 Billion Bill; Virus Update
- 3) U.S. Credit Market Fear Gauge Surges Most Since at Least 2011
- 4) Coronavirus Motel Ignites Clash at Epicenter of Seattle Outbreak

Featured Stories 3 of 3 More »

Spotlight | More »

Treasury Yields Slide

BN	09:33
BN	09:06
BN	09:26
BN	09:25

# G

## GOBERNANZA EMPRESARIAL

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Finanzas



**Profesor:** Carlos Pombo

[Ver Perfil](#)

**ADMI3305**

El gobierno corporativo abarca un conjunto de relaciones entre la administración de la empresa, su consejo de administración, sus accionistas y otras partes interesadas. También proporciona la estructura a través de la que se fijan los objetivos de la compañía y se determinan los medios para alcanzar esos objetivos y supervisar el desempeño.

Lo importante es destacar que el gobierno corporativo no es un instrumento individual sino más bien un concepto que incluye el debate sobre las estructuras apropiadas de gestión y control de las empresas. También incluye las reglas que regulan

las relaciones de poder entre los propietarios, el consejo de administración, la administración y, por último, pero no por ello menos importante, partes interesadas tales como los empleados, los proveedores, los clientes y el público en general".

Este curso brinda al estudiante la capacidad de conceptualizar el gobierno corporativo y transformarlo en una herramienta de gestión y control para las organizaciones y sus grupos de interés a partir de su rol de contador y de gestor de la información financiera.

# E MPRESAS FAMILIA: CIELO-INFIERNO

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Gestión



[Ver Video](#)

**Profesor:** Diego Velez



[Ver Perfil](#)

**ADMI3138**

La mayoría de las empresas en el mundo son empresas de familia. Igualmente, el empleo, el PIB, y las economías del planeta se basan en las empresas dirigidas o controladas por una familia. Colombia no es la excepción. Esto lo podrán comprobar incluso en las empresas que son dirigidas por sus propias familias. Este tipo de empresas tienen características que las hacen únicas, su sistema de gobierno es diferente, y la dinámica familiar juega un papel importantísimo para el crecimiento y el desarrollo de dichas organizaciones. Si quisieran entender este tema un poco

mejor, los invito a tomar la clase Empresas de Familia: el cielo o el infierno, electiva que se ofrece en la facultad de Administración.

Mi experiencia como presidente no familiar de varias empresas familiares, y mi preparación académica, así como la participación confidencial de los otros estudiantes en la clase serán muy enriquecedoras para ustedes. Igualmente, podrán aplicar de inmediato sus conocimientos con el desarrollo del proyecto de su propia empresa durante el semestre.

# E STRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:**  
Organizaciones



[Ver Perfil](#)

**Profesor:** Marco Azuero

**ADMI3606**

¿Te interesaría mejorar tus habilidades de negociación desde antes de graduarte? ¿Te gustaría hacer simulaciones de negociación con estudiantes de diferentes carreras de la universidad? En el curso estrategias de negociación podrás practicar este tipo de ejercicios de negociación e ir mejorando tus habilidades de negociación y de relacionamiento, de manera gradual, a medida que avanza el semestre. Lo interesante es que también las podrás poner en práctica a nivel personal y familiar.

Este curso está diseñado para que el estudiante incremente sus habilidades de negociación mediante el desarrollo de habilidades analíticas para prepararse antes de negociar, así como también practicar habilidades de relacionamiento y comunicación para aplicarlas durante la negociación. El estudiante desarrollará habilidades básicas de reclamar y crear valor por medio de ejercicios de negociación vivenciales, simulaciones de situaciones de negociación habituales y trabajo en equipos.

# ASSET MANAGEMENT

**Prerrequisito:**

(Decisiones de Inversión o Análisis. Inversión Financ. o Análisis. Decisión Inversión o Microeconomía 2) y (Cálculo Integral y Probabilidad I o Probabilidad y Estadística II o Fundamentos Estadística o Fundamentos Estadística o Probab. - Estadis. 2 Economía o Econometría 1 o Econometría 1 o Estadística (Economía) o Estadística (Contaduría))

**Área:**

Finanzas

**ADMI3240****Profesor:** Daniel Mantilla[Ver Perfil](#)

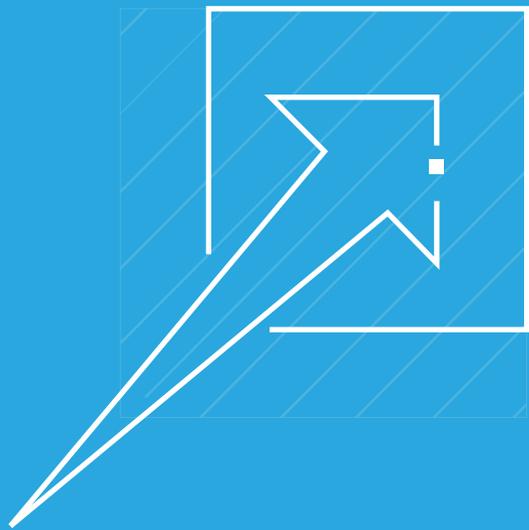
En los últimos años han surgido avances importantes en las técnicas de administración de portafolio. La puesta en práctica en la industria del “Asset Management” de algunos de estos avances son los portafolios de diversificación inteligente, manejados con estrategias llamadas “Smart Beta” y “Factor Investing”. La siguiente etapa de este cambio de paradigma hacia portafolios inteligentes es la implementación y oferta en masa de estrategias de inversión personalizadas que combinen de manera adecuada la diversificación, con las otras dos importantes técnicas de manejo de riesgo: la cobertura de riesgo (hedging) y la

aseguración portafolio (portfolio insurance). En este curso se estudia la implementación de estas tres técnicas de manejo de riesgo y su integración en estrategias acordes con los objetivos de cada tipo de inversionista. El curso combina la fundamentación teórica y conceptual con la solución de casos de estudio, que permiten poner en práctica los conocimientos adquiridos. Los casos y tareas tienen un componente intensivo de programación computacional (el lenguaje de programación sugerido es R)



CURSOS  
ELECTIVOS  
2021-  
SONIA

CBU



# CURSOS

CBU 2021-7

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

Prerrequisito:  
N/A



CBCA1079



Profesor: Gustavo González [Ver Perfil](#)

Es un curso diseñado para disciplinar (en el sentido de educar en el método pre-lectio, lectio y post-lectio)\* a los participantes (equipo docente y estudiantes) en el nuevo reto de trabajo virtual y presencial como medio para desarrollar el pensamiento crítico.

(\*) es un método secuencial de tiempos y actividades de estudio y lectura, diálogo, reflexión, escritura y autoevaluación.

La cosmovisión de la interioridad fundamentada en la tradición Oriental y la ideología del progreso originada a partir de la Ilustración conforman el contenido.

El “sentido del trabajo” en la nueva Era Covid-19, es una noción que contribuye a entender el modo de observar, pensar y actuar que esas dos corrientes inculcan.

Las actividades establecidas sobre la plataforma OneNote (empleada por buen número de empresas y organizaciones a nivel mundial), es la que mejor se acerca a la esencia del acto docente Uniandino (pre-lectio, lectio, post-lectio).

## PERCEPCIÓN ES REALIDAD? DISEÑANDO EXPERIENCIAS A TRAVÉS DE LOS SENTIDOS

Prerrequisito:  
N/A



Profesor: Felipe Reinoso



[Ver Perfil](#)

CBU

En este curso se abordan los sentidos como medio para comprender y reflexionar sobre una de las preguntas que desafían el pensamiento científico: ¿Percepción es Realidad?

La mayor fuente de información para ‘percibir la realidad’ viene de la interacción de nuestros sentidos con su entorno. Es por eso que, a través del pensamiento científico, en este curso CBU las/los estudiantes reflexionarán sobre el rol de los senti-

dos en las distintas experiencias de la vida y durante la construcción de conocimiento.

Con el objetivo de comprender el complejo paradigma de la percepción, nos enfocaremos en el hecho de que el cerebro procesa la información sensorial de forma conjunta, de tal manera que la información que entra por uno de nuestros sentidos puede afectar de manera significativa los procesos perceptuales de los otros sentidos.

# EMPRESARIADO EN EL DESARROLLO COLOMBIANO



CBCO1189

[Ver Perfil](#)

## Prerrequisito:

Ganas de estudiar, aprender y curiosidad intelectual. **Profesor:** Luís Fernando Molina

El curso estudia el papel del empresariado en el desarrollo colombiano desde una perspectiva histórica. Se entiende por empresariado al conjunto de actores formado por las empresas privadas, estatales y mixtas en diversos sectores de la economía; por empresarios en ambos géneros con acción en industria manufacturera, comercio, agricultura, finanzas, minería, telecomunicaciones y transportes entre otras; por familias empresariales, grupos económicos, elites regionales, asociaciones de empresarios y por los cuadros directivos o gerenciales.

El curso es un espacio de estudio y reflexión que permite fortalecer habilidades de pensamiento y análisis crítico sobre estos actores y la actividad que despliegan en Colombia. Al reconocer la historicidad del empresariado como actor social, político y económico que ejerce unas funciones productivas, improductivas y destructivas, el curso crea condiciones para que los estudiantes conozcan aspectos relevantes del país a través del quehacer empresarial en diferentes lugares y momentos. Los dueños de espíritu empresarial tendrán la oportunidad de conocer experiencias con las respuestas creativas del empresariado o las lecciones que dejan sus errores. Al considerar ese empresariado como actor dinámico con maneras particulares de responder a las diferentes

etapas del desarrollo capitalista, tomando en cuenta la geografía y los marcos institucionales prevalecientes que condicionan su actividad, el curso fortalece competencias en pensamiento integrador que demanda a su vez la curiosidad intelectual de los participantes. No solo la relación con el sector externo, sino con los ámbitos regional y sectorial, serán considerados dada su relevancia para comprender no solo la histórica fragmentación y división de la sociedad colombiana, sino su heterogeneidad y diversidad. Por otra parte, su dinamismo político, social y económico, permite identificar también sus vínculos con otros actores, sus complejas responsabilidades y los desafíos éticos en un país donde amplios sectores todavía presentan condiciones de extrema pobreza y exclusión, crisis económicas, conflicto armado, corrupción, marcada desinstitucionalización e inestabilidad. En conclusión, el estudio, análisis y discusión de la trayectoria histórica del empresariado constituye una herramienta metodológica para que los participantes fortalezcan competencias, conocimientos, habilidades, actitudes y valores relacionando las funciones y estrategias favorables y desfavorables, desplegadas por el empresariado, con diversas etapas de la historia del país.

# EL SER HUMANO COMO EMPRENDEDOR: UN VIAJE, UNA EXPERIENCIA Y UN DIARIO

**Prerrequisito:**  
N/A



**CBPC1321**

**Profesor:** Veneta Andonova [Ver Perfil](#)

¿Qué es el emprendimiento como viaje y cómo método?, ¿Por qué parece que hay un gen emprendedor que hace que ciertas personas tengan la predisposición de crear proyectos exitosos en todos los ámbitos de la vida?, ¿Cómo interactúa el rol del emprendedor con el rol del ciudadano en diferentes culturas y momentos históricos? ¿Por qué las organizaciones exitosas dependen de equipos y predisposiciones colectivas y no de un solo individuo emprendedor?, ¿Por qué a pesar de la imagen creada por los medios, los emprendedores exitosos no son carismáticos y dependen de ecosistemas complejos de soporte?, ¿Es posible que los emprendedores destruyan valor?, ¿El emprendedor debe ser innovador?

En este curso se aborda el proceso emprendedor como un viaje, como un proceso de descubrimiento disciplinado y como medio para comprender y reflexionar sobre una de las preguntas que

desafían el pensamiento científico: ¿Cómo es el emprendimiento como viaje y como método para reflexionar sobre el mundo?

A partir del proceso simulado de emprendimiento y la reflexión asociada se espera que las/los estudiantes discutan sobre la condición del ser humano como emprendedor en el momento actual en Colombia y en el condicionamiento que el momento histórico y el espacio geográfico ejercen. Las similitudes y diferencias con otros momentos históricos y otros espacios geográficos facilitarán distinguir los aspectos permanentes del ser humano como emprendedor de aquellos impuestas por el contexto, el momento y las características individuales específicas. Estas reflexiones individuales se plasman en el Diario del Emprendedor, un documento reflexivo que puede quedar como parte del portafolio del estudiante.



## DIVERSITY AND INCLUSION

**Prerrequisito:**  
N/A

**Área:** Organizaciones **Profesor:** Jennifer Kim [Ver Perfil](#)



**CBCA1324**

What does it feel like to belong? What does it feel like to be included? These are just a few of the questions that we will explore in this class. This course blends several subjects, including sociology, psychology, organizational behavior, and anthropology to examine the concept of diversity and inclusion and its effects on various work,

economic, educational, and health outcomes. Through a blend of discussions, simulations, and hands-on activities, students will develop intra and interpersonal knowledge, awareness, and skills to navigate and lead in the effort to create diverse and inclusive spaces.

CONOCE ALGUNOS DE  
NUESTROS PROFESORES

CURSOS  
C B U  
2021-1

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

## Bernhardus Van Hoof

Hello, I am Bart van Hoof, your Dutch-Colombian teacher of the environmental management class. For me, environmental management is a way of life, with great professional and personal opportunities. Environmental sustainable companies represent the frontier in our new world of the circular economy. Los Andes University in Colombia, as a sustainability laboratory, is the best place to learn about, the “why” and “how” of environmental management decision making. In Colombia, we live in one of the most biodiverse regions in the world, and opportunities arise, just by looking around.

The environmental management class, teaches you the fundamentals of environmental management decision making, and introduces you to the diverse professional perspectives of an environmental manager, in private companies, public institutions, and for entrepreneurship. As your teacher, I am committed to take you around in the world of environmental management, sharing my applied diverse experiences: first as an environmental manager of large companies, second as a leader of national environmental policy developments, and third, as an academic researcher in the field of Circular Economy. Welcome to the environmental management class!!!

## Catalina Estrada

Es profesora en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Catalina tiene un pregrado en Administración de esa misma universidad, una maestría en sicología social de la Universidad de Tilburg en Holanda y un doctorado en comportamiento y ciencias sociales también de la Universidad de Tilburg. Su experiencia en investigación está principalmente en temas relacionados con el bienestar financiero. Le apasiona entender cómo toman decisiones financieras las personas, cuáles son los determinantes del bienestar financiero y cómo podemos ayudar a las personas a tomar mejores decisiones financieras, que los conduzcan a tener más bienestar.

## Carlos Pombo

Carlos Pombo es profesor asociado de economía y finanzas en la Escuela de Administración de la Universidad de los Andes (Bogotá, Colombia). Tiene un doctorado y una maestría en economía de la Universidad de Illinois en Urbana-Champaign, una maestría en economía de la Universidad de los Andes y un pregrado en economía de la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia).

Sus principales áreas de investigación son las finanzas y gobierno corporativo, regulación económica y organización industrial. Tiene publicaciones en las siguientes revistas indexadas: Journal of Corporate Finance, Corporate Governance: International Review, Family Business Review, Journal of Business Research, entre otras.

Ha sido investigador visitante en INSEAD Business School (Fontainebleau), Institut d’Economie Industrielle (IDEI) - Université des Sciences Sociales (Toulouse); y profesor visitante en la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona).

Desde 2013 ha sido el Editor en Jefe de la Academia Revista Latinoamericana de Administración, fue Director del Programa de Doctorado en Administración (2014-2017) y actualmente es director del área de finanzas y miembro independiente en la junta directiva del Autorregulador del Mercado de Valores (AMV) de Colombia.

## Carlos Davila

Desde que soy profesor de Uniandes me he dedicado a estudiar el Emprendimiento y I@s Emprendedor@s. Mediante la docencia, la investigación, las publicaciones y el entusiasmo inteligente de estudiantes menores de 30, hemos documentado cómo en los últimos años ha crecido exponencialmente el interés por el Emprendimiento. Incluidas historias fascinantes ocurridas durante la pandemia en Colombia. Mi invitación a este curso (ELIG) es para estudiantes de pregrado, de cualquier facultad y semestre y sin necesidad de haber tomado “pre-requisitos”. Tendremos la oportunidad de conocer experiencias de diferentes tipos de emprendedores a los que nos acercaremos a través de videos, documentales, artículos, entrevistas y conferencias. Sus experiencias son reales, NO “historias rosa”. Emprendedor@s disruptores, que tienen altibajos, NO creen en recetas mágicas, ni en clichés, ni en discursos de vendedores de ilusiones. Yo he desarrollado un esquema sencillo para estudiar empresarios que ayuda a documentar y analizar historias de vida usualmente muy “intensas”. Nos servirá para comparar las experiencias que vayamos conociendo a lo largo del curso. En grupo armamos “películas” sobre Emprendedores de carne y hueso; eso sirve más que contemplar “fotografías” retocadas de Emprendedor@s supuestamente “perfectos”.

## Jaime Ruiz

Desde hace aproximadamente 15 años he venido trabajando en los temas relacionado con la Gestión del Arte y la Cultura y las organizaciones que integran este sector. Nuestro esfuerzo en la Facultad ha sido mostrar la necesidad de conocer y desarrollar nuevos instrumentos para su adecuada gestión, fruto de la investigación y el acceso a conocimientos de punta mediante la participación en redes académicas internacionales. Estas actividades muestran la importancia del sector y la necesidad de formar gestores que desarrollen una sensibilidad, tanto al arte y la cultura, como a las herramientas adecuadas para su gestión. En Colombia el tema ha logrado una muy importante actualidad por el impulso que la actual administración ha dado a la denominada “Economía Naranja”. Creamos y coordinamos la Opción en “Gestión de las Artes y la Cultura” abierta a todos los estudiantes de la universidad interesados en este apasionante tema. Pertenezco a ENCATC (Red Europea de Política y Gestión Cultural) y miembro permanente de AIMAC. He sido profesor visitante en "Toulouse Business School", "H.E.C. Montreal" y "Burgundy Business School" en Dijon Francia.

## Jennifer Kim

Jennifer Kim is an Assistant Professor at University of Los Andes. She teaches Organizational Behavior for undergraduates and MBA students as well as a course on Diversity and Inclusion. She holds a doctorate in Organizational Psychology from Columbia University and a Bachelor of Arts in Art History and a minor in Economics from Wellesley College. Her research interests center on diversity and inclusion efforts, including interventions aimed at improving the experience of marginalized group members. In her free time, she enjoys hiking, taking photos, and traveling.

## Felipe Reinoso

Felipe Reinoso-Carvalho es profesor asistente de marketing en la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes. Él también es profesor invitado en KU Leuven (Bélgica), IAE Angers (Francia), y la Univ de Bayreuth (Alemania). En su investigación, él analiza cómo los sentidos interactúan en el cerebro, y cómo es posible utilizar esta interacción como valor agregado durante el diseño de experiencias para consumidores. Aparte de su trabajo en la academia, Felipe es invitado a colaborar con el sector público y privado a través de los proyectos más diversos. Él cree en el uso apropiado de la ciencia y la tecnología como medios para un futuro mejor y más sostenible. Felipe también fomenta el uso del arte como un recurso para la valorización de la innovación. En la Universidad de los Andes, Felipe dicta Fundamentos de Mercadeo (pre-grado), Investigación de Mercados (pre-grado), Diseño de Experiencias (maestría en mercadeo), y un CBU en co-teaching con Samira Kadamani (Arq+Dis) denominado ¿Percepción es realidad? A partir del 2021, Felipe también dictará una nueva electiva en pre-grado llamada "Sensing the customer's journey".

## Juliana Malagón

Juliana tiene un doctorado en Finanzas de la Universidad Carlos III (Madrid, España) y un B.A. Licenciado en Economía por la Escuela Colombiana de Ingeniería Julio Garavito (Bogotá, Colombia). Sus intereses de investigación se centran en temas relacionados con la fijación de precios de activos, como la anomalía de riesgo idiosincrásico, su relevancia en las opciones de cartera de los inversores y en la rentabilidad de las acciones y el mercado de futuros de euros. Juliana también presta servicio como revisora anónima a varias revistas académicas como *European Journal of Finance*, *Studies in Economics and Finance*, *Spanish Journal of Finance and Accounting*, *Revista de Economía Aplicada*, *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas* y *Economic Modeling*.

## Monica Muñoz

Estudiante del doctorado en marketing de la Universitat de Valencia y egresada de la maestría en Gestión Internacional de las Artes de las universidades SMU, HEC Montreal y SDA Bocconi. Ha sido docente del curso de Marketing para las Artes y la Cultura desde el año 2016, y cuenta con experiencia en consultoría, investigación y gestión de proyectos culturales por más de 10 años. Como docente le interesa orientar en los contenidos y generar espacios de discusión activos que permitan mayor reflexión y entendimiento de los temas. Adicionalmente, su pasión por el campo de las artes y cultura la ha llevado a trabajar con diferentes organizaciones culturales, como Idartes, RTVC, Misi Producciones y el Festival Iberoamericano de Teatro, entre otros.

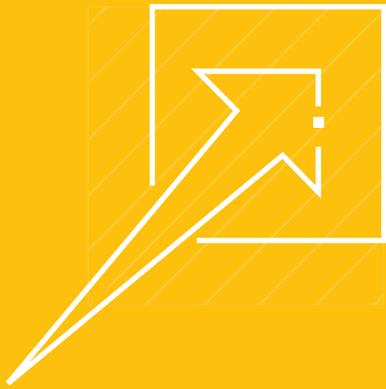
## Luis Fernando Molina

Historiador y magister en historia, Universidad Nacional de Colombia –sede Medellín. Pasante de la Segunda Escuela Taller de Archivos del Ministerio de Cultura de España (1992). Al presente en estudios de doctorado. Gerente del Proyecto Archivo de Bogotá (2001-2003); actualmente profesor de la Facultad de Administración de la Universidad de los Andes, Bogotá. Integrante del grupo de investigación “Historia y empresariado” (Colciencias A1). Autor de los libros: Leo S. Kopp. *Historia de un visionario*, Bogotá, 2019; *Empresarios colombianos del siglo XIX*, 2ª edición por Facultad de Administración, Uniandes (2006); Agustín Goovaerts y la arquitectura colombiana en los años veinte, El Áncora Editores - Inviás, Bogotá, (1998); *Historia del Fondo Mutuo de Inversiones del Banco de la República –Fimbra*, Banco de la República, Bogotá, (2003); Francisco Montoya Zapata. *Poder familiar político y empresarial 1810-1862*, Nutifnanzas, Medellín, (2003). Coautor de: *Historia de Medellín* (Suramericana de Seguros, Bogotá, 1994); *Empresas y empresarios en la historia de Colombia. Siglos XIX y XX* (Uniandes, Norma, CEPAL, 2003); *Una mirada a historia del mercadeo en Colombia: Testimonio de Enrique Luque Carulla* (Uniandes, 2007); *Patrimonio y Urbanismo. Ospinas y Cía. 75 años* (2008); *Una mirada a historia de la investigación de mercados en Colombia. Testimonio de Napoleón Franco*, Bogotá, Ediciones Uniandes, 2014; *Historia de la Fundación Mundo Mujer de Popayán*, Popayán, 2020, *La Fundación Ford en Colombia*, Uniandes, Bogotá, 2020.

Profesor durante 20 años en los programas de Administración, MBA y Alta Gerencia de la Facultad de Administración.

[https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Luis\\_Fernando\\_Molina\\_Londo%C3%B1o](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Luis_Fernando_Molina_Londo%C3%B1o)

<https://losestudiantes.co/universidad-de-los-andes/administracion/profesores/luis-fernando-molina-londono>



# CURSOS ELECTIVOS 2021-1202

PREGRADO EN ADMINISTRACIÓN

[pregrado.admon@uniandes.edu.co](mailto:pregrado.admon@uniandes.edu.co)

Administración | SNIES 1536  
Resolución de aprobación 16460 del 13 de diciembre de 2012 por 10 años  
Duración: 8 semestres | Pregrado Presencial Bogotá

Universidad de los Andes | Vigilada Mineducación  
Reconocimiento como Universidad: Decreto 1297 del 30 de mayo de 1964.  
Reconocimiento personería jurídica: Resolución 28 del 23 de febrero de 1949 Minjusticia.