



DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Director: Juan José Gilli



Carrera acreditada por CONEAU. Resolución n° 337/21

CURSOS OBLIGATORIOS

1. EPISTEMOLOGÍA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Profesora: *Dra. Adriana Fassio*

Objetivo: Sensibilizar a los estudiantes frente a la perspectiva de la investigación doctoral. Colaborar en el proceso de identificación de los temas de tesis doctorales. Nivelar formas de conocimientos, perspectivas y técnicas, y brindar las herramientas de la redacción académica. Posibilitar con un criterio pragmático el manejo de las formas de los Proyectos de Tesis Doctoral y las Tesis Doctorales. Establecer los elementos que contribuyan a evaluar a los cursantes en términos de su capacidad para ser aceptados por ESEADE para integrarse definitivamente a la carrera del doctorado.

Contenidos: La estructura de la tesis. Componentes preliminares. Introducción. El marco teórico: concepto y función. Situación problemática inicial. Metodología y fuentes de datos. Índice analítico tentativo. Bibliografía. Paradigmas y sus consecuencias sobre las estrategias de investigación. La influencia de la perspectiva experimental. Integración de perspectivas: secuencia y triangulación. Enfoques cuantitativos y cualitativos. Fines de la investigación, enfoque del tiempo y el espacio, alcances teóricos. Significados prácticos para el campo de la investigación aplicada a los negocios. Aproximaciones inductivistas e hipotético deductivistas. Niveles de investigación: exploratorio, descriptivo, descriptivo de correlación, explicativo y de test de teorías. Unidades de análisis. Variables y valores de las variables. Fuentes bibliográficas. Datos. Entrevistas: Exposición de los resultados en el discurso de la tesis.

2. EL CONTEXTO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LA EMPRESA

Profesor: *Dr. Adrián Ravier*

Objetivo: El propósito formativo es que los doctorandos desarrollen capacidades para producir conocimiento en el campo de las decisiones empresariales, tomando en cuenta los aspectos externos y coyunturales. El análisis de cada situación sociolaboral supone operacionalizar las competencias formativas del proceso directivo (planificar, organizar, conducir, coordinar y controlar), enfrentando los múltiples intereses, conflictos y fuentes de poder usualmente utilizadas por los diversos actores que coexisten en las organizaciones empresarias. En particular, se busca ahondar en la utilización de la metodología cualitativa para la comprensión de las representaciones sociales acerca de los ámbitos laborales y empresarios.

Contenidos: Se analizarán los principales aspectos laborales en tanto fenómenos de la realidad social y económica: sub-contratación, precarización laboral, emprendedorismo, flexibilidad laboral, nuevos modelos productivos, trabajo inmaterial, identidad laboral, relaciones de dependencia y de subordinación, entre otros. Los problemas a abordar giran en torno a las dificultades que enfrenta el trabajador cuando busca conciliar su vida laboral y extra-laboral, y en torno a las características de la Tercera Revolución Industrial que exige un estudio profundo de una nueva dinámica de la organización del trabajo y de una nueva división internacional del trabajo. En particular, se ahonda en la utilización de la metodología cualitativa para la comprensión de las representaciones sociales acerca de los ámbitos laborales, usualmente no utilizada en la ciencia de la Administración.

3. TÓPICOS AVANZADOS EN TEORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN

Profesora: *Dra. Raquél Sastre*

Objetivo: Valorar la significación de la disciplina administrativa en el contexto actual de la economía y los negocios. Analizar los nuevos rumbos de las investigaciones sobre el comportamiento en las organizaciones. Comprender la influencia del poder y la política en la organización y la evolución del pensamiento estratégico. Profundizar el concepto de competitividad y el significado de la innovación y de la gestión del conocimiento. Disponer de un marco teórico para abordar los procesos de cambio y las situaciones de conflicto y crisis. Entender la problemática de la gobernanza y de la responsabilidad social y los enfoques normativos asociados.

Contenidos: Los nuevos escenarios: complejidad, incertidumbre, ambigüedad y volatilidad. Competitividad global y cambio tecnológico. Evolución de las investigaciones sobre el comportamiento organizacional. La competitividad como emergente de la productividad y del posicionamiento. Gestión de la innovación y del conocimiento. Paradigmas de orden y cambio. Resolución de conflictos. Control y supervisión de la dirección de la empresa. Los grupos de interés y la responsabilidad social empresarial. Las influencias sociales y los problemas sociales. El sustrato ético de la responsabilidad social.

4. DECISIÓN, RACIONALIDAD Y ACCIÓN HUMANA

Profesora: Dra. Patricia Bonatti

Objetivo: La línea estratégica del curso parte de la discusión de las características de la realidad y de la racionalidad utilizada para comprenderla y liderarla a través de la administración. En particular, se busca que: a) el alumno conozca la psicología de la evaluación del mundo, la problemática de los objetivos múltiples y la teoría de la utilidad, en el marco general de un modelo para la toma de decisiones empresariales, y b) entienda las pautas generales y específicas del curso para poder aplicarlas a un modelo integrador.

Contenidos: El problema del conocimiento de la realidad: discriminación, prejuicios, sesgos, y métodos heurísticos. El acervo de los experimentos psicológicos. La racionalidad instrumental mínima. Racionalidad y ética. La toma de decisiones: incertidumbre y ambigüedad. Instrumentos de modelización de la realidad. Los problemas derivados de la decisión con objetivos múltiples: coherencia, orden, ponderación. El valor asignado a los resultados. Principales axiomas de racionalidad: ditividad, No Saturación, Invarianza. Medición de las preferencias: teorías de la utilidad. Modelo integrador. Las violaciones a la racionalidad axiomática. Paradojas. Análisis y reflexión de las técnicas de neutralización.

SEMINARIOS OPTATIVOS

5. MARKETING

Profesor: Dr. Alfredo Blousson

Objetivos: Profundizar en el análisis académico del marketing de modo que el alumno adquiera las herramientas conceptuales y habilidades de análisis y comunicación para proponer, desarrollar y ejecutar estrategias para los productos, servicios y mercados en la nueva economía, y asesorar a las empresas que necesitan crear constantemente nuevos segmentos, desarrollar productos con propuestas novedosas, innovar en nuevas formas de entregar valor al cliente/consumidor y lograr extraer mayores ganancias y alcanzar mayores crecimientos. Concientizar al alumno de que el marketing debe cumplir un rol central en unificar todas las funciones de la organización para alcanzar los objetivos corporativos.

Contenidos: Metodologías de dirección, organización, implementación y control de las funciones de marketing. Análisis de la capacidad de planeamiento de marketing estratégico y operativo. Los nuevos conceptos y técnicas de gestión del marketing. El lenguaje común respecto a la Estrategia Comercial y el Marketing como disciplinas para llegar a las necesidades del consumidor. Técnicas comerciales basadas en un modelo sistemático de trabajo, basado en los principios y herramientas del Marketing. El proceso de creación de valor para las empresas sobre la base de aumentar el producto físico a través del producto simbólico.

6. RECURSOS HUMANOS

Profesor: Dr. Luis del Prado

Objetivo: Profundizar los principios de la disciplina, ligados al aprendizaje organizacional, la conducta humana relacionada a la conducción de equipos de trabajo, la cultura organizacional, el abordaje de situaciones conflictivas y la interacción en contextos de cambio y tecnología. Al mismo tiempo, examinar a fondo nociones sobre herramientas conceptuales tales como las compensaciones,

la atracción y fidelización de personas, los factores de éxito empresarial y los comportamientos críticos.

Contenidos: Los recursos humanos dentro del Modelo de Negocios. Las teorías motivacionales. Relación con el rol del administrador. Perspectivas sobre liderazgo. El Modelo de Negociación. El Método Harvard (Las Personas, los Intereses, Las Opciones y los Criterios Objetivos). El manejo eficiente de conflictos organizacionales. Administración de conflictos. Las compensaciones y su impacto en el negocio. Remuneraciones y el mercado laboral actual. Herramientas para el establecimiento de un Plan de Reclutamiento y Selección.

7. EMPRESA, DERECHO Y ECONOMÍA

Profesor: Dr. Eduardo Stordeur

Objetivo: Alcanzar una comprensión cabal de las herramientas y desarrollos teóricos básicos del Análisis Económico del Derecho. Se examinan aquellos elementos básicos de teoría de precios, con particular énfasis en temas de derechos de propiedad, contratos y derecho empresario. La finalidad del curso es que los alumnos manejen con destreza "la mirada económica" de las instituciones legales donde se inserta la actividad empresarial. Adicionalmente, se exploran las principales contribuciones de la economía de la conducta al campo de la administración de negocios.

Contenidos: El curso tiene ocho módulos. Los tres primeros se ocupan de herramientas de economía y teoría de los juegos, los cinco restantes se ocupan de aplicaciones de la economía a derechos de propiedad, derecho de los contratos, derecho de daños, y derecho empresario. La última clase se discute críticamente el valor de la economía aplicada a la administración de negocios y se examinan casos puntuales para ilustrar los debates actuales en esta materia.

8. FINANZAS DE LA EMPRESA

Profesor: Dr. Daniel González Issolio

Objetivos: Impartir el conocimiento superior para analizar los problemas que conforman el entorno de las decisiones financieras y proponer las estrategias adecuadas a efectos de maximizar el valor de la empresa. Evaluar criterios para asignar de manera óptima los recursos, considerando el intercambio entre rentabilidad, riesgo y fuentes de financiamiento. Considerar el contexto económico estable y los escenarios económicos más complejos con riesgo e incertidumbre. Avanzar en el conocimiento de los instrumentos derivados y las opciones reales.

Contenidos: Análisis financiero. Administración del capital de trabajo. Políticas de créditos y cobranzas. El capital de trabajo en contextos inflacionarios. Decisiones de inversión: TIR y VAN, criterios a utilizar en condiciones de certeza y riesgo. Cartera de inversiones: Diversificación, CAPM. Decisiones de inversión en contextos inflacionarios. Instrumentos derivados: Futuros, opciones y swaps. Políticas de dividendos y estructura de financiamiento: Modigliani y Miller. Decisiones de financiamiento. Leverage operativo y financiero. Opciones reales.

9. POLÍTICA DE EMPRESAS

Profesores: Dr. Guillermo Spitznagel y Dr. Julio C. Marchione

Objetivos: En esta materia se aplican los conocimientos y habilidades de los alumnos al análisis y la resolución de casos de negocios en empresas. Como resultado se busca lograr una

perspectiva de aplicación en el "mundo real" de los conceptos básicos de dirección, estrategia, administración y finanzas, organización, liderazgo, y conducción.

Contenidos: Análisis de las tareas de la dirección. El concepto de negocio y formación de la visión para orientar a la organización, análisis de la transformación de la misión en objetivos específicos de resultado. Estrategias de diversificación y concentración de negocios. Liderazgo y conducción. Planeamiento, control y evaluación de los resultados. La elección del Modelo de Negocios y el alineamiento de los objetivos tácticos con la estrategia.

10. HISTORIA DE EMPRESAS Y EMPRENDEDORES

Profesor: Dr. Carlos Newland

Objetivos: Se propone analizar casos destacados de emprendedores y empresas que ilustran criterios exitosos en la formación de empresas, y cómo esos casos han contribuido a desarrollar nuevos productos y tecnologías, favorecido la evolución de los mercados y beneficiado al público. Se busca que los alumnos tomen en consideración factores psicológicos, demográficos, regulatorios, políticos y laborales como condicionantes en el desarrollo de las empresas a la hora de efectuar un análisis de las mismas. El foco de este análisis se centrará en las amenazas y oportunidades, la gestión, y los resultados de casos destacados de emprendedores y empresas a nivel global.

Contenidos: La revolución industrial y el origen de los grandes negocios en Norteamérica. Los casos de Carnegie, Rockefeller y Coca Cola. El mercado global y el sector automotriz: BMW, Ford y General Motors. El despegue de las industrias de consumo masivo: P&G y Disney. Las empresas luego de la Segunda Guerra Mundial. Los casos de Sam Walton (Wal-Mart) y Mary Kay. El mundo de las franquicias. Nuevos emprendedores: Ray Kroc. Las grandes cadenas de radio y televisión a partir de los '50. El caso de David Sarnoff y RCA. La "revolución tecnológica": Andy Grove y Microsoft. La economía global: el caso de Starbucks.

ANTEPROYECTO DE TESIS

A lo largo del último cuatrimestre el alumno deberá elaborar una propuesta de anteproyecto de tesis, en base a la cual podrá desarrollar su Plan de Tesis.

Profesor: Tutorías personalizadas

