Catálogo académico 2026

6301 NW 5th Way, Suite 3000,
Ft. Lauderdale, FL 33309
T. (754) 900-5149
https://harsonuniversity.com/en/home/

Volumen 7
Actualizado el
01/05/26

Índice

Harson University **4**
Historia 4
Misión 4
Visión 4
Declaración de propósito 4
Objetivos institucionales 4
Resultados institucionales 4
Gobernanza 5
Licencia institucional 5
Administración **6**
Liderazgo y Personal 6
Junta Directiva 6
Miembros de la junta directiva 6
Programas educativos 6
Programas de grado **8**
Licenciatura en Administración de Empresas 8
Descripciones de las asignaturas 10
Licenciatura en Gestión de Marketing 16
Descripciones de las asignaturas 19
Programas de posgrado **25**
Maestría en Administración de Empresas 25
Descripciones de los cursos 26
Maestría en Marketing Digital 29
Descripciones de los cursos 30
Maestría en Innovación y Emprendimiento 32
Orientación académica **35**
Calendario académico 35
Horas crédito y carga académica 36
Sistema de numeración de cursos 37
Actividades de aprendizaje y tareas 37
Transferencia de créditos 37
Procedimiento de calificación **38**
Sistema de calificación 38
Promedio de calificaciones 38
Requisitos académicos mínimos 39
Política sobre la calificación «I» (incompleto) 39
Probatoria académica 39
Repetición de cursos 39
Responsabilidades financieras y académicas 42
Política de honestidad académica y conducta de los estudiantes **43**
Política de honestidad académica 43
Comité de Integridad Académica (AIC) 43
Conductas que constituyen deshonestidad académica 43
Procedimiento del cuerpo docente ante sospechas de deshonestidad académica 44
Política general de conducta 45
Política de confidencialidad y privacidad de los estudiantes **46**
Marco de la FERPA 46
Política de progreso académico satisfactorio (SAP) **48**
Objetivo y alcance 48
Ritmo de progreso (PACE) 48
Proceso de revisión del SAP y situación académica 48
Plazo máximo (MTF) 49
Admisiones **50**
Política de no discriminación 50
Política y criterios de admisión **50**

Requisitos de admisión 50
Estudiantes internacionales 51
Estudiantes transferidos 51
Readmisión 52
Política de readmisión disciplinaria 52
Créditos por aprendizaje experiencial 52
Política de verificación de identidad de los estudiantes 54
Verificación en el momento de la admisión 54
Verificación después de la inscripción 54
Política de requisitos tecnológicos 56
Requisitos de hardware 56
Conexión a Internet 56
Requisitos de software 56
Plataformas y herramientas académicas 57
Finanzas 58
Matrícula y cuotas 58
Becas 5G
Descripción general 59
Cómo postularse 59
Tipos de becas 59
Resumen de los derechos de facturación 60
Política de pagos 61
Saldos pendientes 61
Política de cobro 61
Política de cancelación 61
Política de reembolso 62
Cuerpo docente 63
Biblioteca digital 67
LIRN (Red de Recursos Bibliotecarios e Informativos) 67
Instalaciones físicas 67
Horario de atención 67
Servicios para estudiantes 6G
Tutoría y recursos académicos 69
Orientación académica 69
Seguimiento del progreso de los estudiantes 70
Servicios de orientación profesional 70
Inserción laboral 70
Servicios de apoyo para personas con discapacidad 70
Política de quejas 72
Procedimiento formal de quejas 72
Comité de revisión de quejas 72
Recursos externos para presentar quejas 73

Harson University

Historia

La universidad Harson es una institución de educación superior, autorizada por la Comisión de Educación Independiente del Departamento de Educación de Florida con la licencia n.º 12502 expedida a nombre de Learninn Corporation (que opera bajo el nombre comercial de universidad Harson), lo que le otorga a la universidad la autoridad para otorgar títulos y ofrecer programas de pregrado y posgrado

La universidad Harson abre sus puertas a estudiantes de Florida y de todo el mundo, ofreciendo programas de pregrado y posgrado para formar profesionales capaces de enfrentar los desafíos de una sociedad compleja y un mercado global cada vez más competitivo. La universidad Harson cuenta con autorización para ofrecer cinco (5) programas innovadores con un enfoque moderno: Licenciatura en Administración de Empresas, Licenciatura en Gestión de Marketing, Maestría en Marketing Digital, Maestría en Innovación y Emprendimiento, y Maestría en Administración de Empresas. Los programas se imparten en línea, en formatos asincrónicos y sincrónicos, únicamente en español.

Misión

La universidad Harson ofrece educación a distancia de alta calidad y accesible, formando a profesionales con los conocimientos, las habilidades y los valores éticos necesarios para sobresalir en un mundo globalizado. Con un firme compromiso con la excelencia, la universidad se esfuerza por ser un referente educativo para la comunidad hispanohablante, preparando a sus estudiantes para el éxito profesional y un impacto positivo en la sociedad a través de la innovación, la tecnología aplicada, un enfoque práctico y programas orientados a los negocios.

Visión

Ser un modelo educativo alternativo e innovador para la formación de profesionales exitosos.

Declaración de propósito

La universidad Harson preparará a profesionales exitosos para enfrentar los desafíos de una socieda d altamente competitiva e impulsada por el conocimiento, que exige un avance económico y una responsabilidad social y ambiental significativa.

Objetivos institucionales

La universidad Harson busca cumplir su misión a través de los siguientes objetivos institucionales:

- Ofrecer programas de educación a distancia de alta calidad que cumplan con los estándares académicos y profesionales.
- Promover el rendimiento, la perseverancia y la finalización de los estudios de los estudiantes mediante un apoyo académico estructurado y un diseño instruccional eficaz.
- Asegurar que los programas académicos sigan siendo relevantes para las necesidades del mercado laboral y los entornos profesionales globales.
- Fomentar los valores éticos, el pensamiento crítico y las competencias prácticas alineadas con la práctica profesional.
- Apoyar la mejora institucional continua mediante evaluaciones sistemáticas y la toma de decisiones basada en datos.

Resultados institucionales

La universidad Harson busca alcanzar sus metas institucionales a través de los siguientes resultados:

- Los estudiantes demuestran haber alcanzado los resultados de aprendizaje de los programas y cursos, alineados con los objetivos institucionales.
- Los estudiantes completan con éxito sus programas académicos dentro de los plazos previstos.
- Los graduados demuestran competencias profesionales aplicables a sus campos de estudio.
- La institución mantiene sistemas de apoyo académico, administrativo y tecnológico eficaces.
  Revisión y mejora continuas de los programas académicos basadas en datos de evaluación y comentarios de las partes interesadas.

Gobernanza

La universidad Harson es una institución de educación superior autorizada por la Comisión de Educación Independiente del Departamento de Educación de Florida con la licencia n.º 12502, expedida a nombre de Learninn Corporation (que opera bajo el nombre comercial de universidad Harson), la cual otorga a la universidad la autoridad para otorgar títulos y ofrecer programas de pregrado y posgrado. La universidad Harson es administrada y controlada por una Junta Directiva.

Licencia institucional

La universidad Harson está autorizada por la Comisión de Educación Independiente de Florida, con la licencia n.º 12502.

La CIE tiene responsabilidades legales en asuntos relacionados con las instituciones educativas postsecundarias no públicas. En consonancia con el objetivo del Departamento de Educación de Florida de establecer un sistema educativo integrado, algunas de sus funciones incluyen la protección del consumidor, la mejora de los programas, las políticas y la administración institucional, la gestión de datos y la concesión de licencias a escuelas, institutos y universidades independientes.

Se puede obtener información adicional sobre esta institución comunicándose con la Comisión en 325 West Gaines Street, Suite 1414, Tallahassee, FL 323099-0400. Teléfono: 1-888-224-6684 (llamada gratuita). Correo electrónico: CIEInfo@fldoe.org

Administración

Liderazgo y personal

Chief Executive Officer: José Miguel Marchena
Proporciona liderazgo estratégico para el desarrollo institucional, el crecimiento académico y la acreditación.

Director ejecutivo – Rogerio Moreira
Es responsable de las operaciones académicas, administrativas y financieras.

Decano Asociado – Marcela Muñoz
Supervisa los asuntos académicos y los servicios estudiantiles.

Director de Administración y Finanzas – Víctor Calderón
Supervisa el presupuesto, la contabilidad y los informes financieros.

Gerente de Operaciones – Reynaldo Flores Linares
Supervisa el cumplimiento normativo y de acreditación.

Coordinadora académica – Lessly Vanessa Panta Mendoza
Coordina la planificación académica, la programación de horarios y los expedientes académicos.

Registrar – Cimi Ongay
Mantiene los expedientes académicos de los estudiantes y los servicios de expedición de boletines de calificaciones.

Asesora de servicios estudiantiles – Jackeline Cornetero
Apoya el progreso de los estudiantes, la retención y la asistencia académica.

Supervisora de admisiones – Jessica Lozano
Gestiona el proceso de admisión y brinda apoyo a los solicitantes.

Junta Directiva

- Jana Hartinger
- Carlos Seminario
- José Miguel Marchena
- Víctor Calderón
- Rogerio Moreira

Miembros de la Junta Directiva

- Olga Ramírez
- Francisco Tafur
- Diego Gálvez
- Claudio Melzi
- Daniel San Román

Programas educativos

Los programas de pregrado y posgrado de la universidad Harson ofrecen un formato de enseñanza que va más allá del aprendizaje presencial tradicional, incorporando modalidades en línea e híbridas.

Los programas de la universidad son el resultado de una exhaustiva investigación, que incluye aportaciones de expertos en la materia, análisis y tendencias del mercado, y las necesidades de talento de los empleadores en diversos sectores.

La universidad Harson ofrece los siguientes programas:

1. Licenciatura en Administración de Empresas
2. Licenciatura en Gestión de Marketing
3. Maestría en Administración de Empresas
4. Maestría en Marketing Digital
5. Maestría en Innovación y Emprendimiento

Los estudiantes tienen un plazo máximo de una vez y media la duración estándar del programa para completarlo.

Programas de pregrado

Licenciatura en Administración de Empresas

Objetivos del programa

- Aplicar los principios fundamentales de los negocios, la gestión y la economía a entornos organizacionales del mundo real.
- Utilizar herramientas digitales y sistemas de información para apoyar las operaciones empresariales y la toma de decisiones.
- Demostrar habilidades efectivas de comunicación, liderazgo y trabajo en equipo en entornos empresariales.
- Analizar datos financieros y operativos para fundamentar las decisiones de gestión.
- Examinar los factores legales, éticos y globales que afectan el comportamiento y la estrategia de las organizaciones.

Descripción del programa

El programa de Licenciatura en Ciencias en Administración de Empresas permite a los estudiantes adquirir las habilidades necesarias para gestionar una organización, utilizar de manera eficiente los recursos disponibles y alcanzar los objetivos estratégicos establecidos.

Cursos de formación general (30 horas crédito semestrales)

Curso Código	Nombre de la asignatura	Horas de crédito
30047	COMUNICACIÓN ESCRITA	3
30176	ÁLGEBRA APLICADA	3
30178	MEDIO AMBIENTE Y DIVERSIDAD CULTURAL	3
30601	BIOLOGÍA GENERAL	3
30107	ÉTICA PROFESIONAL	3
30602	INGLÉS I	3
30603	INGLÉS II	3
30012	ANÁLISIS DE DATOS	3
30177	MATEMÁTICAS APLICADAS A LAS FINANZAS	3
30041	COMPETENCIAS INTRAPERSONALES	3

Cursos de especialización (75 horas crédito semestrales)

Curso Código	Nombre de la asignatura	Horas de crédito
30005	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	3
30015	ANÁLISIS DEL ENTORNO DE NEGOCIOS	3
30151	INFORMACIÓN CONTABLE FINANCIERA PARA LOS NEGOCIOS	3
30115	FUNDAMENTOS DE MARKETING	3
30011	ANÁLISIS DE COSTOS Y PRESUPUESTOS	3
30138	GESTIÓN DEL TALENTO EN LA ORGANIZACIÓN	3
30165	LEGISLACIÓN APLICABLE A LAS EMPRESAS	3
40002	DISEÑO ORGANIZACIONAL	3
30135	GESTIÓN DE PROYECTOS	3
30081	DISEÑO DE NEGOCIOS DIGITALES	3
30074	GESTIÓN DE PERSONAS	3

30189	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	3
30110	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	3
30254	TOMA DE DECISIONES GERENCIALES	3
40026	HABILIDADES DIRECTIVAS	3
40011	DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y LIDERAZGO	3
40010	GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	3
40012	HABILIDADES DE PRESENTACIÓN Y PERSUASIÓN	3
40028	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN	3
40004	FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
40008	TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN	3
40014	SOSTENIBILIDAD ORGANIZACIONAL	3
40001	CULTURA DE INNOVACIÓN	3
40009	INNOVACIÓN Y CREACIÓN DE VALOR	3
40015	GESTIÓN DEL CAMBIO	3

Cursos de especialización:
Los estudiantes seleccionarán 5 cursos optativos para un total de 15 horas crédito semestrales de cursos de especialización.

Cursos de especialización en Finanzas (15 horas crédito semestrales):

Código Curso	Nombre del curso	Horas de crédito
30016	ANÁLISIS FINANCIERO PARA LA TOMA DE DECISIONES	3
30155	INSTRUMENTOS FINANCIEROS PARA LA TOMA DE DECISIONES	3
40006	ECONOMÍA PARA LOS NEGOCIOS	3
30137	GESTIÓN DE RIESGOS	3
30256	VALORIZACIÓN DE EMPRESAS	3

Cursos de especialización en logística (15 horas crédito semestrales):

Código Nombre del curso	Nombre de la asignatura	Horas Créditos
30014	ANÁLISIS DE PROCESOS DE NEGOCIOS	3
30130	GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO	3
30134	GESTIÓN DE PROCESOS, SIMULACIÓN Y MEJORA CONTINUA	3
30133	GESTIÓN DE OPERACIONES	3
30434	INNOVACIÓN LOGÍSTICA	3

Cursos de especialización en Negocios Internacionales (15 horas crédito semestrales):

Curso Código	Nombre del curso	Horas Créditos
30183	NEGOCIOS INTERNACIONALES	3
30195	GESTIÓN DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN	3
30379	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS GLOBALES	3

30380	ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN	3
30329	INTELIGENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES	3
	Total de horas crédito semestrales del programa, incluida la especialización Cursos	**120**

Descripciones de los cursos

Cursos de formación general

30047 COMUNICACIÓN ESCRITA 3 créditos semestrales
El curso mejora las habilidades de comunicación mediante la producción de textos académicos, periodísticos y corporativos con coherencia, relevancia y responsabilidad para entretener, informar, motivar y respetar la diversidad. Los temas incluyen la estructuración de ideas, la construcción de textos, la comunicación y la evaluación de textos.

30176 ÁLGEBRA APLICADA 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes aplicarán conceptos matemáticos para resolver problemas relacionados con ingresos, costos, utilidad, oferta y demanda, utilizando modelos lineales. Los temas incluyen nociones básicas de aritmética y álgebra, aplicaciones de porcentajes, oferta y demanda, y modelos lineales relacionados con la economía empresarial y la optimización.

30178 MEDIO AMBIENTE Y DIVERSIDAD CULTURAL 3 créditos semestrales
El curso tiene como objetivo desarrollar habilidades para gestionar buenas prácticas ambientales como factor competitivo para las empresas, reconociendo su valor y sus implicaciones para lograr un modelo de sostenibilidad óptimo que contribuya al desarrollo nacional. Los temas incluyen cuestiones ambientales, riqueza natural, riqueza cultural y gestión ambiental con responsabilidad social.

30601 BIOLOGÍA GENERAL 3 horas crédito semestrales
El curso proporciona conocimientos básicos de biología general, haciendo hincapié en aspectos de química general y biológica, en los que los estudiantes utilizarán el método científico para analizar diversos conceptos. Los temas incluyen la estructura celular, los organismos, la genética, el metabolismo, la evolución y la ecología.

30107 ÉTICA PROFESIONAL 3 créditos semestrales
Este curso está diseñado para desarrollar habilidades y actitudes éticas a través de capacidades que permitan a los estudiantes percibir, reflexionar y actuar de manera ética en situaciones personales, profesionales y laborales, con el fin de tomar decisiones adecuadas. Los temas incluyen la ética, el profesionalismo, los aspectos esenciales de la ciudadanía, así como los problemas, la participación y las soluciones de los ciudadanos.

30602 INGLÉS I 3 créditos semestrales
Este curso se centra en la redacción y el uso de las reglas gramaticales para desarrollar la capacidad de los estudiantes de escribir ensayos narrativos, analíticos y persuasivos de manera clara y eficaz. Los temas incluyen una introducción a los principios de la escritura y herramientas para organizar los temas.

30603 INGLÉS II 3 créditos semestrales
El curso se centra en los recursos que utiliza un escritor para elaborar composiciones, explorando el valor del estudio de la literatura para desarrollar la capacidad de los estudiantes de comprender e interpretar textos. Los temas incluyen la variedad de recursos existentes, así como los enfoques utilizados en la interpretación literaria.

30012 ANÁLISIS DE DATOS 3 créditos semestrales
El curso se centra en el análisis y la interpretación de la información para la toma de decisiones en situaciones problemáticas, utilizando conceptos y métodos de estadística descriptiva, como las variaciones porcentuales. Los temas incluyen estadística descriptiva I y II, medidas de tendencia central, medidas de tendencia no central y variabilidad, así como tendencias porcentuales y regresión lineal.

30177 MATEMÁTICAS APLICADAS A LAS FINANZAS 3 créditos semestrales
El curso se centra en el desarrollo de habilidades que contribuyan a la resolución exitosa de situaciones financieras cotidianas, la comprensión del funcionamiento del circuito financiero y la aplicación de herramientas para tomar decisiones financieras adecuadas. Los temas incluyen regímenes de interés, anualidades e indicadores para la toma de decisiones de inversión.

30041 COMPETENCIAS INTRAPERSONALES 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán diversas estrategias de comunicación, adaptación y aprendizaje para establecer relaciones saludables mediante la identificación y evaluación de sus características. Los temas tratados incluyen una introducción a la autoestima, la escala de la autoestima, la inteligencia emocional y la adaptación al cambio.

Cursos de especialización

30005 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL 3 horas crédito semestrales
Este curso presenta a los estudiantes la dinámica de las áreas funcionales de una empresa y los aspectos necesarios para una gestión eficaz. Los temas incluyen la empresa y el proceso administrativo, la gestión estratégica y el diseño organizacional, la cultura organizacional y la responsabilidad social y ética en los negocios.

30015 ANÁLISIS DEL ENTORNO DE NEGOCIOS 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán estrategias empresariales para garantizar la viabilidad de un negocio y abordarán los factores que afectan el desempeño de la empresa basándose en el análisis y la evaluación de variables ambientales. Los temas incluyen la importancia del entorno empresarial, las herramientas de análisis, el entorno, la estrategia y la implementación de la estrategia.

30151 INFORMACIÓN DE CONTABILIDAD FINANCIERA PARA LOS NEGOCIOS 3 créditos semestrales
El curso analiza los procesos contables y financieros de la empresa mediante la lectura e interpretación de estados financieros para respaldar la toma de decisiones y el control en sus operaciones y transacciones. Los temas incluyen la empresa y la contabilidad, el proceso de información financiera, la lectura y la interrelación de los estados financieros, y la interpretación de la información financiera.

30115 FUNDAMENTOS DE MARKETING 3 créditos semestrales
Los estudiantes estudiarán las principales actividades necesarias para desarrollar un proceso de mercadotecnia, emplear estrategias relevantes, reconocer su impacto en una empresa y respetar la ética empresarial. Los temas incluyen los fundamentos de la mercadotecnia, el proceso de mercadotecnia y sus componentes, y los elementos del mix de mercadotecnia.

30011 ANÁLISIS DE COSTOS Y PRESUPUESTOS 3 horas crédito semestrales
Este curso proporciona herramientas conceptuales y prácticas para gestionar e interpretar los resultados económicos de una organización. Los temas incluyen la identificación y preparación de hojas de costos, la planificación, el control y la interpretación de los resultados de la empresa, y el proceso de planificación.

30138 GESTIÓN DEL TALENTO EN LA ORGANIZACIÓN 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes aprenderán a gestionar el talento humano de la empresa, fomentando una cultura organizacional de excelencia y respetando la diversidad cultural y empresarial. Los temas incluyen la gestión estratégica del talento humano, la cultura corporativa, la gestión del cambio, el modelo de competencias y el reclutamiento y desarrollo del talento.

30165 LEGISLACIÓN APLICADA A LOS NEGOCIOS 3 créditos semestrales
Los estudiantes aplicarán las normas legales en la empresa para una gestión eficaz, cumplirán con las regulaciones de los organismos supervisores y optimizarán estratégicamente los procesos. Los temas incluyen el derecho, el individuo y la empresa, la creación y constitución de una empresa, y los impuestos sobre las empresas y los negocios.

40002 DISEÑO ORGANIZACIONAL 3 créditos semestrales
El curso mejora las habilidades de los estudiantes para comprender qué son las organizaciones, cómo funcionan, los diferentes tipos de estructuras y la importancia del diseño organizacional. Los temas incluyen una introducción a los conceptos organizacionales, el diseño de estructuras organizacionales, organigramas y procesos, y la gestión de procesos.

30135 GESTIÓN DE PROYECTOS 3 créditos semestrales
El curso ofrece un conjunto de fundamentos y mejores prácticas propuestas por el PMI® para la gestión adecuada de proyectos en el mundo real, haciendo un uso apropiado de todos los recursos asignados.
Los temas incluyen el marco general y el inicio del proyecto, el alcance del proyecto, la planificación, la ejecución, el control y el cierre del proyecto.

30081 DISEÑO DE NEGOCIOS DIGITALES 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes serán capaces de gestionar la presencia virtual de una empresa, respetando los códigos de negocios nacionales e internacionales. Los temas incluyen la introducción y la presencia en los negocios digitales, la tecnología aplicada a los negocios digitales, la publicidad y el posicionamiento de un negocio digital, la fidelización de clientes y el diseño de un plan de negocios digital.

30074 GESTIÓN DE PERSONAS 3 créditos semestrales
El curso desarrollará habilidades y estrategias para liderar y guiar a un grupo de personas hacia el logro de los objetivos de la organización, haciendo hincapié en las habilidades de liderazgo y gestión de personas. Los temas incluyen liderazgo y desarrollo de personas, motivación, capacitación, dinamismo, trabajo en equipo y orientación al cliente.

30189 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA 3 créditos semestrales
Los estudiantes desarrollarán habilidades para formular, diseñar y poner en práctica una estrategia empresarial en cada contexto. Los temas incluyen la planificación como parte del proceso administrativo, el análisis del entorno empresarial, la formulación y selección de estrategias empresariales, y el despliegue y la implementación de estrategias empresariales.

30110 FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS 3 créditos semestrales
El curso aborda competencias en investigación de mercado, así como en aspectos operativos, administrativos, organizativos, legales y financieros, en la formulación de proyectos para el desarrollo de una nueva empresa o de una parte de ella. Los temas incluyen los fundamentos de un proyecto de inversión, la investigación de mercado, la organización, la ubicación y la inversión, así como la evaluación económica y financiera.

30254 TOMA DE DECISIONES GERENCIALES 3 créditos semestrales
El curso desarrolla habilidades para la toma de decisiones en diversos escenarios empresariales mediante técnicas y herramientas que optimizan el uso de los recursos y maximizan los resultados empresariales. Los temas incluyen herramientas de análisis, indicadores internos, indicadores financieros, pronósticos, modelos y simulaciones.

40026 HABILIDADES DIRECTIVAS 3 créditos semestrales
Los estudiantes comprenderán y desarrollarán de manera práctica la capacidad, las habilidades y la flexibilidad mental necesarias para gestionar de manera efectiva los desafíos gerenciales que surgen en el lugar de trabajo. Los temas incluyen la inteligencia emocional, el liderazgo para la gestión del cambio, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo.

40011 DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y LIDERAZGO 3 horas crédito semestrales
El curso proporciona los conocimientos necesarios para comprender y aplicar diversas estrategias organizacionales y reconocer la importancia de aplicar un estilo de liderazgo adecuado para alcanzar los objetivos establecidos. Los temas incluyen los fundamentos de la gestión estratégica, el liderazgo y la gestión estratégica, así como el diseño y la implementación del modelo de gestión estratégica.

40010 GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO 3 créditos semestrales
Los estudiantes crearán y administrarán empresas y productos de análisis de mercado con una visión estratégica para aprovechar el capital humano, las finanzas, el comercio, las operaciones y los recursos logísticos disponibles. Los temas incluyen la actitud emprendedora, el emprendimiento, las ideas y oportunidades de negocio, la investigación de mercado, los planes de negocios y la creación de empresas.

40012 HABILIDADES DE PRESENTACIÓN Y PERSUASIÓN 3 créditos semestrales
Los estudiantes aplicarán herramientas fundamentales de presentación y persuasión que les permitan realizar presentaciones de gran impacto ante diferentes públicos, comunicando eficazmente sus ideas. Los temas incluyen el componente comunicativo, el componente emocional, el componente innovador y el componente memorable.

40028 HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN 3 créditos semestrales
Los estudiantes gestionarán datos utilizando las herramientas de MS Excel y Power BI para analizar y visualizar información empresarial crítica, lo que respaldará la toma de decisiones relevantes para la organización. Los temas incluyen funciones avanzadas de MS Excel, análisis de datos, automatización de tareas e inteligencia empresarial.

40004 FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN 3 créditos semestrales
El curso abarca la actividad de investigación, los tipos de investigación y los enfoques de investigación, con énfasis en la investigación aplicada y el análisis crítico de soluciones prácticas para los sectores industrial y empresarial. Los temas incluyen el pensamiento crítico y la investigación, los enfoques de investigación y sus aplicaciones, el análisis crítico en la investigación, y las oportunidades y desafíos de la investigación aplicada.

40008 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN 3 créditos semestrales
Los estudiantes comprenderán las fases de la investigación, la metodología, el diseño de muestras, la recopilación de datos y el análisis de resultados, con énfasis en el campo de la investigación aplicada y el desarrollo de un plan de investigación. Los temas incluyen el plan de investigación, la metodología, el procesamiento de datos y los resultados.

40014 SUSTENTABILIDAD ORGANIZACIONAL 3 créditos semestrales
Los estudiantes gestionarán estrategias que equilibren los aspectos sociales, ambientales y económicos, promoviendo la continuidad y el posicionamiento de la empresa a mediano y largo plazo. Los temas incluyen el nuevo contexto empresarial, la gestión del cambio hacia la sostenibilidad, la estrategia de sostenibilidad y los fundamentos de las finanzas sostenibles.

40001 CULTURA DE LA INNOVACIÓN 3 créditos semestrales
El curso analiza las características y la importancia de desarrollar una cultura de innovación para construir estrategias organizacionales. Los temas incluyen el mundo VUCA y la Industria 4.0, la cultura de innovación: liderazgo, procesos y personas, herramientas para fomentar una cultura de innovación, y nuevas formas de organización y trabajo colaborativo.

40009 INNOVACIÓN Y CREACIÓN DE VALOR 3 créditos semestrales
Los estudiantes gestionarán la innovación eligiendo un modelo disruptivo, utilizando métodos de innovación precisos que conviertan las ideas en productos o servicios que generen valor. Los temas incluyen el ecosistema de innovación, la innovación estratégica, los modelos y el proceso de innovación integrado.

40015 GESTIÓN DEL CAMBIO 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán estrategias para fomentar y fortalecer la cultura del cambio organizacional, utilizando una perspectiva integral de los procesos de cambio para minimizar su impacto y la resistencia al mismo. Los temas incluyen los factores que promueven el cambio organizacional, la transformación cultural, las estructuras organizacionales, los movimientos de cambio y la comunicación del cambio.

Cursos de especialización en Finanzas

30016 ANÁLISIS FINANCIERO PARA LA TOMA DE DECISIONES 3 horas crédito semestrales
El curso desarrolla las habilidades necesarias para analizar la situación financiera integral de las empresas en diferentes actividades comerciales, así como para evaluar el impacto de las decisiones en la creación de valor. Los temas incluyen el análisis de estados financieros, el análisis vertical y horizontal de los estados financieros, los indicadores financieros para la toma de decisiones y el análisis de los indicadores financieros y el modelo Dupont.

30155 INSTRUMENTOS FINANCIEROS PARA LA TOMA DE DECISIONES 3 créditos semestrales
Los estudiantes aprenderán a gestionar los recursos financieros para maximizar el valor de la organización, desarrollando habilidades analíticas y de aplicación en torno al uso de la información financiera. Los temas incluyen una introducción a las finanzas, la gestión de recursos a corto plazo, la planificación financiera y la evaluación de inversiones.

40006 ECONOMÍA PARA LOS NEGOCIOS 3 créditos semestrales
El curso analiza y evalúa modelos económicos y sus variables para establecer un diagnóstico del entorno económico de la empresa y el impacto que este tiene en la consolidación y el desarrollo empresarial. Los temas incluyen introducción a la economía, microeconomía y decisiones empresariales, macroeconomía, mercados y finanzas empresariales, y política económica y negocios.

30137 GESTIÓN DE RIESGOS 3 créditos semestrales
El curso se centra en la gestión de los riesgos inherentes a una empresa para reducir su impacto en la información financiera, teniendo en cuenta el aumento de la rentabilidad y la liquidez de la empresa. Los temas incluyen el control interno, la gestión y el control de riesgos, la gestión de precios, las carteras y los riesgos de mercado, y el impacto de los riesgos en la rentabilidad y la liquidez de la empresa.

30256 VALORACIÓN DE EMPRESAS 3 créditos semestrales
Los estudiantes utilizarán métodos de valoración para la toma de decisiones estratégicas de sostenibilidad y desarrollo basadas en el análisis de información transparente, precisa y confiable, respetando siempre la ética empresarial. Los temas incluyen la valoración de empresas, los métodos de valoración de Flujo de Efectivo Descontado I y II, y el Valor Económico Agregado (EVA) —Valoración de activos intangibles.

Cursos de especialización en logística

30014 ANÁLISIS DE PROCESOS DE NEGOCIOS 3 créditos semestrales
Los estudiantes analizarán las principales actividades de la organización para mejorar los procesos de negocio, utilizando las mejores prácticas y metodologías para la mejora continua. Los temas incluyen la definición de procesos organizacionales, la planificación para el desarrollo de procesos, el desarrollo y diseño de procesos, la mejora continua de procesos y la simulación de escenarios.

30130 GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO 3 créditos semestrales
El curso tiene como objetivo desarrollar habilidades para gestionar los procesos de la cadena de suministro, utilizando indicadores de gestión de actividades logísticas para una administración y un control eficaces. Los temas incluyen los procesos logísticos y de compras, la previsión de la demanda y del inventario, el almacenamiento, el transporte, la distribución y la logística, así como los costos internacionales.

30134 GESTIÓN DE PROCESOS, SIMULACIÓN Y MEJORA CONTINUA 3 horas crédito semestrales
créditos semestrales
El curso abarca los procesos de gestión necesarios para implementar modelos de calidad orientados a la mejora continua, utilizando herramientas tecnológicas para la optimización de procesos. Los temas incluyen el desarrollo y la calificación de procesos, el mapeo de procesos y la gestión de procesos de negocios (BPM), el desarrollo de diagramas e indicadores de procesos, la filosofía de Lean Manufacturing y Six Sigma, y la gestión de la calidad.

30133 GESTIÓN DE OPERACIONES 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes gestionarán actividades relacionadas con la producción de bienes y servicios para aumentar la productividad de la empresa mediante el uso de herramientas de modelado operativo. Los temas incluyen la gestión y la estrategia de operaciones, el diseño y la organización de operaciones, la planificación de operaciones y el control de operaciones.

30434 INNOVACIÓN LOGÍSTICA 3 créditos semestrales
Los estudiantes analizarán los procesos logísticos para sugerir mejoras y proponer la aplicación de servicios disruptivos en el comercio electrónico o el negocio digital de una organización. Los temas incluyen nuevos modelos de abastecimiento, almacenamiento y entrega; la economía colaborativa en la logística; estrategias omnicanal; y tecnología aplicada a la logística.

Cursos de especialización en Negocios Internacionales

30183 NEGOCIOS INTERNACIONALES 3 horas crédito semestrales
Este curso analiza las herramientas y normas del comercio global para que los países y las empresas responsables puedan aplicarlas de manera efectiva. Los temas incluyen la teoría del comercio internacional, nuevas cuestiones fundamentales en el comercio internacional y las aduanas, la nomenclatura arancelaria y los INCOTERMS, la distribución internacional, los seguros y los contratos de venta.

30195 GESTIÓN DE IMPORTACIÓN Y EXPORTACIÓN 3 créditos semestrales
Los estudiantes aprenderán sobre los procedimientos aduaneros nacionales para llevar a cabo de manera eficaz las actividades operativas. Los temas incluyen disposiciones generales y una introducción al organismo regulador, regímenes de importación y exportación, regímenes de transformación y depósito aduanero, regímenes de tránsito y otros regímenes aduaneros específicos.

30379 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS GLOBALES 3 créditos semestrales
Los estudiantes aprenderán los conceptos, técnicas y herramientas esenciales de la investigación de mercados internacionales para identificar tendencias y oportunidades de negocio. Los temas incluyen la metodología de investigación de mercados globales, la determinación de la oferta exportable, la aplicación de métodos cualitativos y cuantitativos para la recopilación de información y la segmentación internacional.

30380 ESTRATEGIAS DE INTERNACIONALIZACIÓN 3 créditos semestrales
Los estudiantes serán capaces de diseñar y aplicar estrategias de negociación en los mercados internacionales, dotándolos de herramientas empresariales prácticas. Los temas incluyen la gestión empresarial, la identificación de oportunidades y propuestas de valor, los procesos y etapas de la internacionalización empresarial, y la promoción empresarial y la entrega de valor en los mercados internacionales.

30329 INTELIGENCIA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES 3 créditos semestrales
El curso proporciona los conocimientos necesarios para convertir la información en un elemento fundamental de la creación de valor y la ventaja competitiva en la toma de decisiones relacionadas con las exportaciones de una empresa.
Los temas incluyen el análisis del panorama internacional y los principios de inteligencia empresarial para la exportación, la gestión de estadísticas internacionales y planes de investigación, y la selección de mercados basada en el índice de atractivo, la competitividad y la cuantificación de la demanda.

Cursar una materia o un programa en un idioma distinto del inglés puede reducir las oportunidades de empleo en los casos en que se requiera el inglés. Se notificará a los estudiantes si la institución realiza algún cambio.

Licenciatura en Gestión de Marketing

Objetivos del programa

- Diseñar estrategias de mercadotecnia que se ajusten a las necesidades de los clientes y a los objetivos empresariales.
- Utilizar métodos y herramientas de investigación de mercado para recopilar, analizar e interpretar datos de clientes y de la competencia.
- Aplicar herramientas avanzadas de mercadotecnia digital para la creación de campañas y el análisis de su desempeño.
- Desarrollar mensajes de mercadotecnia adaptados a diversas plataformas y públicos.
- Demostrar conciencia ética y responsabilidad social en las prácticas de mercadotecnia.

Descripción del programa

El programa se enfoca en capacitar a los estudiantes en las teorías y modelos más avanzados de gestión empresarial.

El marketing es una disciplina profesional que se ha vuelto significativamente más técnica. Los estudiantes aprenderán sobre análisis de datos, blockchain, ventas y plataformas de pago.

Las unidades de aprendizaje abarcan temas como la investigación de mercado, la comprensión de las necesidades de los consumidores, la aplicación de estrategias comerciales y la creación de una cultura comercial orientada a lo digital que se comparta en toda la organización.

Cursos de formación general (30 horas crédito semestrales)

Código del curso	Nombre de la asignatura	Créditos
30047	COMUNICACIÓN ESCRITA	3
30176	ÁLGEBRA APLICADA	3
30178	MEDIO AMBIENTE Y DIVERSIDAD CULTURAL	3
30601	BIOLOGÍA GENERAL	3
30107	ÉTICA PROFESIONAL	3
30602	INGLÉS I	3
30603	INGLÉS II	3
30012	ANÁLISIS DE DATOS	3
30213	PSICOLOGÍA E INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	3
30041	COMPETENCIAS INTRAPERSONALES	3

Cursos de especialización (75 horas crédito semestrales)

Asignatura Código	Nombre de la asignatura	Horas Créditos
30115	FUNDAMENTOS DE MARKETING	3
30042	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SOCIOLOGÍA COMERCIAL	3
30163	INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA	3
30031	GESTIÓN DE MARCAS Y PRODUCTOS	3
30355	MARKETING DE SERVICIOS	3
30444	HISTORIA DE LA MODA	3
30447	DESARROLLO Y PLANEAMIENTO DE COLECCIONES	3
30450	GESTIÓN DE COMPRAS RETAIL	3
30451	FRASHION BRADING Y FASHION STYLING	3
30011	ANÁLISIS DE COSTOS Y PRESUPUESTOS	3
30106	ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	3
30131	GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN	3

30175	MARKETING DE RELACIONES Y CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM)	3
30172	MARKETING ESTRATÉGICO	3
30194	ESTRATEGIAS DE PRECIOS	3
30330	INTELIGENCIA DE NEGOCIOS	3
40019	CREACIÓN Y DESARROLLO DE MARCAS	3
30173	PLAN DE MARKETING	3
40026	HABILIDADES DE GESTIÓN	3
40009	INNOVACIÓN Y CREACIÓN DE VALOR	3
40010	GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	3
40012	HABILIDADES DE PRESENTACIÓN Y PERSUASIÓN	3
40014	SOSTENIBILIDAD ORGANIZACIONAL	3
40015	GESTIÓN DEL CAMBIO	3
40028	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN	3

Cursos de especialización
Los estudiantes elegirán cinco (5) cursos optativos que sumen quince (15) horas crédito semestrales.

Cursos de especialización en marketing digital (15 horas crédito semestrales):

Curso Código	Nombre de la asignatura	Créditos semestrales Horas
30045	COMUNICACIÓN DIGITAL EFECTIVA	3
30081	DISEÑO DE NEGOCIOS DIGITALES	3
30093	COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING MÓVIL	3
30105	ESTRATEGIA DE MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES	3
30356	TRANSFORMACIÓN DIGITAL	3

Cursos de especialización en marketing minorista (15 horas crédito semestrales):

Código del curso	Nombre del curso	Créditos semestrales
40017	GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR (CX)	3
30093	COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING MÓVIL	3
30220	GESTIÓN DE RETAIL	3
30413	MERCHANDISING VISUAL Y DISEÑO MINORISTA	3
40020	NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING	3
	Total de horas crédito semestrales del programa, incluyendo los cursos de especialización	**120**

Descripciones de los cursos

Cursos de formación general

30047 COMUNICACIÓN ESCRITA 3 horas crédito semestrales
El curso mejora las habilidades de comunicación mediante la producción de textos académicos, periodísticos y corporativos con coherencia, relevancia y responsabilidad para entretener, informar, motivar y respetar la diversidad. Los temas incluyen la estructuración de ideas, la construcción de textos, la comunicación y la evaluación de textos.

30176 ÁLGEBRA APLICADA 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes aplicarán conceptos matemáticos para resolver problemas relacionados con ingresos, costos, utilidad, oferta y demanda, utilizando modelos lineales. Los temas incluyen nociones básicas de aritmética y álgebra, aplicaciones de porcentajes, oferta y demanda, y modelos lineales relacionados con la economía empresarial y la optimización.

30178 MEDIO AMBIENTE Y DIVERSIDAD CULTURAL 3 créditos
El curso tiene como objetivo desarrollar habilidades para gestionar buenas prácticas ambientales como factor competitivo para las empresas, reconociendo su valor y sus implicaciones para lograr un modelo de sostenibilidad óptimo que contribuya al desarrollo nacional. Los temas incluyen cuestiones ambientales, riqueza natural, riqueza cultural, y gestión ambiental y responsabilidad social.

30601 BIOLOGÍA GENERAL 3 créditos semestrales
El curso proporciona conocimientos básicos de biología general, destacando aspectos de química general y biológica, en los que los estudiantes utilizarán el método científico para analizar diversos conceptos. Los temas incluyen la estructura celular, los organismos, la genética, el metabolismo, la evolución y la ecología.

30107 ÉTICA PROFESIONAL 3 créditos semestrales
Este curso tiene como objetivo desarrollar la capacidad y la actitud éticas a través de habilidades que permitan a los estudiantes percibir, reflexionar y actuar de manera ética en situaciones personales, profesionales y laborales, con el fin de tomar decisiones adecuadas. Los temas incluyen la ética, el profesionalismo, los aspectos esenciales de la ciudadanía, así como los problemas, la participación y las soluciones de los ciudadanos.

30602 INGLÉS I 3 créditos semestrales
Este curso se centra en la redacción y el uso de las reglas gramaticales para desarrollar la capacidad de los estudiantes de escribir ensayos narrativos, analíticos y persuasivos de manera clara y eficaz. Los temas incluyen una introducción a los principios de la escritura y herramientas para organizar los temas.

30603 INGLÉS II 3 créditos semestrales
El curso se centra en los recursos que utiliza un escritor para elaborar composiciones, explorando el valor del estudio de la literatura para desarrollar la capacidad de los estudiantes de comprender e interpretar textos. Los temas incluyen la variedad de recursos existentes, así como los enfoques utilizados en la interpretación literaria.

30213 PSICOLOGÍA E INVESTIGACIÓN CUALITATIVA 3 créditos semestrales
Los estudiantes analizarán los pensamientos y las acciones de las personas en relación con un producto o servicio, aplicando técnicas de investigación cualitativa. Los temas incluyen la psicología del individuo, los tipos de estudios cualitativos, las técnicas primarias de investigación cualitativa, la elaboración de informes y otras técnicas de investigación.

30041 COMPETENCIAS INTRAPERSONALES 3 créditos semestrales

Los estudiantes diseñarán diversas estrategias de comunicación, adaptación y aprendizaje para establecer relaciones saludables mediante la identificación y evaluación de sus características. Los temas tratados incluyen una introducción a la autoestima, la escala de autoestima, la inteligencia emocional y la adaptación al cambio.

Cursos de especialización

30115 FUNDAMENTOS DE MARKETING 3 créditos semestrales
Los estudiantes estudiarán las principales actividades necesarias para desarrollar un proceso de mercadotecnia, emplearán estrategias relevantes, reconocerán su impacto en una empresa y respetarán la ética empresarial. Los temas incluyen los fundamentos de la mercadotecnia, el proceso de mercadotecnia y sus componentes, y los elementos del mix de mercadotecnia.

30042 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SOCIOLOGÍA COMERCIAL 3 créditos semestrales
El curso tiene como objetivo analizar los factores culturales y sociales que influyen en las tendencias de compra de los grupos de consumidores, evaluando sus diferencias y heterogeneidad, así como su impacto en el comportamiento de compra. Los temas incluyen el comportamiento actual del consumidor, las actitudes, la familia y los grupos, la influencia de los factores sociales, la globalización, la cultura y el consumo.

30163 INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA 3 horas crédito semestrales
El curso desarrolla habilidades para analizar e interpretar información de mercado utilizando herramientas digitales con el fin de tomar decisiones empresariales eficientes. Los temas incluyen la formulación de problemas de investigación cuantitativa, la metodología de investigación cuantitativa, la recopilación de información y el procesamiento de datos, así como el análisis de informes de resultados.

30031 GESTIÓN DE MARCAS Y PRODUCTOS 3 créditos semestrales
Los estudiantes desarrollarán habilidades para gestionar la propuesta de valor de un producto o servicio basándose en los objetivos de la organización y la competencia, utilizando un posicionamiento adecuado y generando valor para la marca. Los temas tratados incluyen la gestión de productos, las decisiones previas al lanzamiento de nuevos productos, el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos, la creación de marca y el diseño de marca.

30355 MARKETING DE SERVICIOS 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán un servicio para lograr su correcta comercialización en el mercado, entendiendo que las características de los servicios implican la aplicación de estrategias diferentes a las utilizadas en la gestión de marketing de productos tangibles. Los temas incluyen el marketing de servicios, la evaluación de las necesidades de los clientes, el diseño de servicios, el marketing y la promoción.

30444 HISTORIA DE LA MODA 3 créditos semestrales
Los estudiantes aplicarán las herramientas creadas a lo largo de la historia para desarrollar adecuadamente nuevas colecciones y aplicar correctamente las tendencias internacionales a los diferentes mercados. Los temas incluyen una introducción a la historia de la moda, la cultura de la moda, los inicios y la evolución del mercadotecnia y la publicidad en la moda, y la evolución de la moda aplicada al contexto cultural.

30447 DESARROLLO Y PLANIFICACIÓN DE COLECCIONES 3 créditos semestrales
El curso proporciona los conocimientos y habilidades fundamentales para desarrollar una colección de moda en diferentes áreas, tomando en cuenta las pautas técnicas y específicas para la planificación de una colección. Los temas incluyen fundamentos del diseño, artículos de moda y tipos de colecciones, diseño y planificación de colecciones, y desarrollo de colecciones.

30450 GESTIÓN DE COMPRAS RETAIL 3 créditos semestrales
El curso describe el proceso de compras de una empresa minorista, desde la planificación de las necesidades y la selección y aprobación de proveedores hasta la definición de estrategias y el proceso de adquisición. Los temas principales son el enfoque moderno de la gestión de compras, la gestión de categorías de compras y el abastecimiento global, así como la negociación y el uso de herramientas en la gestión de compras.

30451 DASHION BRANDING AND FASHION STYLING 3 créditos semestrales
Este curso proporciona las habilidades y estrategias esenciales para crear marcas de moda memorables a través del branding en todas sus expresiones, desde la esencia hasta los aspectos conceptuales y visuales. Los temas incluyen la identidad de marca, la imagen, las técnicas de posicionamiento y el estilismo de moda.

30011 ANÁLISIS DE COSTOS Y PRESUPUESTOS 3 créditos semestrales
Este curso proporcionará herramientas conceptuales y prácticas para gestionar e interpretar los resultados financieros de una organización. Los temas incluyen la identificación y preparación de hojas de costos, la planificación, el control y la interpretación de los resultados de la empresa, así como el proceso de planificación.

30106 ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN COMERCIAL 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán de manera eficiente un canal de distribución, seleccionando los formatos comerciales adecuados y tomando en cuenta el proceso logístico del producto y la estrategia de mercadotecnia y/o comercial. Los temas incluyen formatos comerciales, canales de distribución, diseño, logística y distribución física.

30131 GESTIÓN DE LA CREATIVIDAD Y LA INNOVACIÓN 3 créditos semestrales
El curso analiza las etapas de la creatividad y la innovación, utilizando estrategias para el desarrollo de un nuevo producto o servicio y su impacto en la empresa. Los temas incluyen el proceso de creatividad e innovación, estrategias para estimular la innovación y la creatividad aplicada a organizaciones y proyectos.

30175 MARKETING DE RELACIONES Y CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán estrategias para la fidelización de clientes internos y externos para diferentes empresas mediante la segmentación de la cartera de clientes y la gestión de bases de datos, cumpliendo de manera responsable con los objetivos establecidos por las empresas. Los temas incluyen los fundamentos y estrategias del marketing relacional, la gestión de relaciones con los clientes (CRM) y la gestión de bases de datos, así como el plan de marketing relacional.

30172 MARKETING ESTRATÉGICO 3 créditos semestrales
El curso tiene como objetivo diseñar una estrategia de mercadotecnia, tomando en cuenta un segmento, una propuesta de posicionamiento, objetivos determinados de manera adecuada y una propuesta de variables tácticas coherentes con el enfoque principal. Los temas incluyen el análisis de la situación y los objetivos, la segmentación y el posicionamiento, las estrategias de mercadotecnia aplicadas y las estrategias funcionales de la mezcla de mercadotecnia.

30194 ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS 3 créditos semestrales
El curso tiene como objetivo desarrollar habilidades para definir, determinar y decidir las variables que condicionan la estrategia de fijación de precios. Los temas incluyen los fundamentos de la estrategia de fijación de precios, los objetivos y las pautas de fijación de precios, la definición del precio inicial, y las estrategias de fijación de precios y el establecimiento de precios.

30330 INTELIGENCIA DE NEGOCIOS 3 horas crédito semestrales
El curso proporciona los conceptos fundamentales para dominar el uso y la explotación de la información en las organizaciones, lo que permite el desarrollo de habilidades para diseñar, desarrollar, validar e implementar soluciones de análisis de datos. Los temas incluyen inteligencia empresarial y gestión del conocimiento, proyecto de implementación de inteligencia empresarial, generación de informes y visualización, y tendencias actuales en inteligencia empresarial.

40019 CREACIÓN Y DESARROLLO DE MARCAS 3 créditos semestrales
Los estudiantes adquirirán las habilidades necesarias para desarrollar y comprender la marca como un activo intangible alineado estratégicamente con el modelo de negocio. Los temas incluyen una introducción al concepto de marca, el desarrollo de la estrategia de marca, la ejecución estratégica de la marca omnicanal y la marca digital.

30173 PLAN DE MARKETING 3 créditos semestrales
Los estudiantes aplicarán conceptos y procesos de planificación estratégica y táctica en el diseño de planes de mercadotecnia con coherencia interna en el análisis, el establecimiento de objetivos, la implementación estratégica y los mecanismos de control. Los temas incluyen el análisis y diagnóstico de la situación, las decisiones estratégicas de mercadotecnia, la implementación y el control.

40026 HABILIDADES DE GESTIÓN 3 créditos semestrales
Los estudiantes comprenderán y desarrollarán de manera práctica la capacidad, las habilidades y la flexibilidad mental necesarias para gestionar de manera efectiva los desafíos gerenciales que surgen en el lugar de trabajo. Los temas incluyen la inteligencia emocional, el liderazgo para la gestión del cambio, la comunicación efectiva y el trabajo en equipo.

40009 INNOVACIÓN Y CREACIÓN DE VALOR 3 créditos semestrales
Los estudiantes gestionarán la innovación eligiendo un modelo disruptivo y utilizando métodos sencillos de innovación para convertir ideas en productos o servicios valiosos. Los temas incluyen el ecosistema de innovación, la innovación estratégica, los modelos y el proceso integrado de innovación.

40010 GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO 3 créditos semestrales
Los estudiantes crearán y administrarán empresas y productos de análisis de mercado con una visión estratégica respecto al uso de los recursos disponibles en capital humano, finanzas, comercio, operaciones y logística. Los temas incluyen la actitud emprendedora, las ideas y oportunidades de negocio, la investigación de mercado, los planes de negocios y la creación de empresas.

40012 HABILIDADES DE PRESENTACIÓN Y PERSUASIÓN 3 créditos semestrales
Los estudiantes aplicarán herramientas fundamentales de presentación y persuasión que les permitan realizar presentaciones de gran impacto ante diferentes públicos, comunicando eficazmente sus ideas. Los temas incluyen el componente comunicativo, el componente emocional, el componente innovador y el componente memorable.

40014 SOSTENIBILIDAD ORGANIZACIONAL 3 créditos semestrales
Los estudiantes gestionarán estrategias que equilibren los aspectos sociales, ambientales y económicos, promoviendo la continuidad y el posicionamiento de la empresa a mediano y largo plazo. Los temas incluyen el nuevo contexto empresarial, la gestión del cambio hacia la sostenibilidad, la estrategia de sostenibilidad y los fundamentos de las finanzas sostenibles.

40015 GESTIÓN DEL CAMBIO 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán estrategias para fomentar y fortalecer la cultura del cambio organizacional, utilizando una perspectiva integral de los procesos de cambio para minimizar su impacto y la resistencia al mismo. Los temas incluyen los factores que promueven el cambio organizacional, la transformación cultural, las estructuras organizacionales, los movimientos de cambio y la comunicación del cambio.

40028 HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA ADMINISTRACIÓN 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes gestionarán datos utilizando las herramientas de MS Excel y Power BI para analizar y visualizar información empresarial crítica, lo que respaldará la toma de decisiones relevantes para la organización. Los temas incluyen funciones avanzadas de MS Excel, análisis de datos, automatización de tareas e inteligencia empresarial.

Cursos de especialización en marketing digital

30045 COMUNICACIÓN DIGITAL EFECTIVA 3 créditos semestrales
Los estudiantes elaborarán mensajes de comunicación eficaces, persuasivos y transparentes utilizando herramientas digitales para alcanzar los objetivos de comunicación de la organización. Los temas del curso incluyen la comunicación en línea, la comunicación móvil y la planificación de contenidos en la comunicación digital y viral.

30081 DISEÑO DE NEGOCIOS DIGITALES 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes serán capaces de gestionar la presencia virtual de una empresa respetando los códigos de negocios nacionales e internacionales. Los temas incluyen la introducción y la presencia en los negocios digitales, la tecnología aplicada a los negocios digitales, la publicidad y el posicionamiento de un negocio digital, la fidelización de clientes y el diseño de un plan de negocios digital.

30093 COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING MÓVIL 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán propuestas de negocios de comercio electrónico eficientes utilizando el marketing móvil en consonancia con la estrategia de marca. Los temas incluyen los fundamentos empresariales en el entorno digital, las estrategias de comercio electrónico, la cadena de valor del comercio electrónico, las aplicaciones de marketing móvil, el análisis y las herramientas de tecnología digital.

30105 ESTRATEGIA DE MEDIOS DIGITALES Y REDES SOCIALES 3 créditos semestrales
El curso tiene como objetivo desarrollar habilidades para gestionar diferentes actividades de mercadotecnia digital, con un enfoque en la ejecución en agencias de publicidad digital o empresas de cualquier tipo y tamaño. Los temas incluyen la creación de una estrategia digital, los medios digitales, la planificación de medios, y la medición y presentación de informes.

30356 TRANSFORMACIÓN DIGITAL 3 créditos semestrales
Los estudiantes desarrollarán habilidades que les permitan diseñar, desarrollar, validar e implementar iniciativas y/o proyectos de transformación digital, así como guiar la implementación efectiva de procesos transformadores basados en un proyecto real de transformación digital. Los temas incluyen una introducción a la transformación digital, tecnologías que transforman los negocios, la cultura «ágil»: metodologías y marcos ágiles en el contexto de la transformación, y el modelado y la implementación de la transformación digital estratégica en las empresas.

Cursos de especialización en marketing minorista

40017 GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR (CX) 3 créditos semestrales
El curso desarrolla las habilidades necesarias para implementar una estrategia que genere valor para el consumidor y respalde los objetivos de negocio de una organización. Los temas incluyen los fundamentos de

la experiencia del consumidor, el recorrido del consumidor, el diseño de la experiencia y la gobernanza en organizaciones centradas en el cliente.

30093 COMERCIO ELECTRÓNICO Y MARKETING MÓVIL 3 créditos semestrales
Los estudiantes diseñarán propuestas comerciales eficientes de comercio electrónico utilizando el marketing móvil en consonancia con la estrategia de marca. Los temas incluyen los fundamentos de los negocios en el entorno digital, las estrategias de comercio electrónico, la cadena de valor del comercio electrónico, las aplicaciones de marketing móvil, la analítica y las herramientas de tecnología digital.

30220 GESTIÓN DE RETAIL 3 créditos semestrales
El curso desarrolla habilidades para gestionar de manera eficaz los puntos de venta en un entorno competitivo, generando valor tanto para la organización como para el consumidor. Aborda temas como el surtido de productos, la presentación en tienda, las promociones, la fijación de precios, el personal de servicio y la logística. Entre los temas tratados se incluyen los fundamentos de la gestión minorista, el consumo minorista, la estrategia minorista y la gestión de puntos de venta.

30413 MERCHANDISING VISUAL Y DISEÑO MINORISTA 3 créditos semestrales
Los estudiantes desarrollarán los conocimientos y habilidades necesarios para diseñar y producir un escaparate comercial, tomando en cuenta la identidad de marca y generando un impacto visual en el consumidor. Los temas incluyen una introducción al merchandising visual, los escaparates, el diseño de interiores comerciales y la gestión de proyectos de merchandising visual.

40020 NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL MARKETING 3 créditos semestrales
Los estudiantes identificarán las tecnologías disruptivas necesarias para diseñar y ejecutar estrategias de mercadotecnia que marquen la diferencia en este nuevo y cambiante ecosistema empresarial. Los temas incluyen el omnicanal, el Big Data y la nube, la inteligencia artificial, el Internet de las cosas (IoT) y la cadena de bloques (Blockchain).

Cursar un curso o programa en un idioma distinto del inglés puede reducir las oportunidades de empleo en los ámbitos donde se requiere el inglés. Se notificará a los estudiantes si la institución realiza algún cambio.

Programas de posgrado

Maestría en Administración de Empresas

Objetivos del programa

- Desarrollar planes estratégicos que apoyen una adaptación efectiva a entornos empresariales globales dinámicos.
- Evaluar nuevas estrategias de negocios utilizando un pensamiento crítico e innovador.
- Demostrar habilidades avanzadas de gestión y liderazgo mediante el análisis de los desafíos organizacionales y la propuesta de soluciones basadas en evidencia.
- Diseñar comunicaciones centradas en las partes interesadas que transmitan conceptos empresariales complejos con claridad y profesionalismo.
- Integrar valores éticos y responsabilidad social en la toma de decisiones empresariales.
- Utilizar herramientas tecnológicas modernas para mejorar las operaciones y el análisis empresarial.

Descripción del programa

El programa de Maestría en Administración de Empresas permite a los estudiantes adquirir las habilidades prácticas y conceptuales necesarias para asumir puestos de liderazgo en cualquier organización (pública o privada, de manufactura o de servicios). Es esencial pensar y actuar de manera global, utilizando las herramientas metodológicas y tecnológicas más avanzadas para tomar las mejores decisiones. En este programa, los estudiantes aprenderán sobre gestión administrativa y podrán elegir una especialización en gestión de proyectos, análisis de negocios o liderazgo

Cursos básicos (36 horas crédito semestrales)

Curso Código	Nombre de la asignatura	Semestre Horas de crédito
50026	MEGATENDENCIAS GLOBALES	3
50027	COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	3
50028	ANÁLISIS DE NEGOCIOS PARA LA TOMA DE DECISIONES	3
50029	GESTIÓN DE MARKETING	3
50030	CONTABILIDAD PARA GERENTES	3
50031	GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN	3
50032	INFORMES Y ANÁLISIS FINANCIEROS	3
50033	DISEÑO DE PROCESOS EMPRESARIALES	3
50034	MARCO JURÍDICO DE LOS NEGOCIOS	3
50035	FINANZAS CORPORATIVAS	3
50036	GESTIÓN ESTRATÉGICA	3
50037	TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS NEGOCIOS	3

Cursos de especialización en gestión de proyectos (9 horas crédito semestrales):

Código del curso	Nombre del curso	Créditos semestrales
50038	CONTROL DE COSTOS Y PLAZOS DE PROYECTOS	3
50039	SISTEMAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS	3
50040	GESTIÓN DE RIESGOS DE PROYECTOS	3

Cursos de especialización en analítica empresarial (9 horas crédito semestrales):

Curso Código	Nombre del curso	Semestre Horas de crédito
50041	ANÁLISIS Y GESTIÓN DE DATOS	3
50042	APLICACIÓN DE LA ANÁLISIS DE NEGOCIOS	3
50043	VISUALIZACIÓN DE DATOS Y ELABORACIÓN DE INFORMES	3

Cursos de especialización en Liderazgo (9 horas crédito semestrales):

Código del curso	Nombre del curso	Créditos semestrales
50044	LIDERAZGO ESTRATÉGICO	3
50045	NEGOCIACIONES	3
50046	LÍDERES EN ENTORNOS GLOBALES	3
	Total de horas crédito semestrales del programa, incluida la especialización Cursos	**45**

Descripciones de las asignaturas

Cursos troncales

50026 MEGATENDENCIAS GLOBALES 3 horas crédito semestrales
El curso se centra en las megatendencias en tecnología, ecología, sociedad y economía, que tienen amplias implicaciones para todos los aspectos de la vida y las organizaciones. Algunos de los temas incluyen la identificación de las megatendencias y su importancia, las tendencias que surgieron hace unos años y que ahora forman parte de la vida cotidiana, las tendencias locales y globales, y la presentación de las tendencias que tendrán la influencia más significativa a mediano y largo plazo.

50027 COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL 3 créditos semestrales
Este curso abarca temas y teorías relacionados con el comportamiento organizacional, que es el comportamiento que las personas exhiben en los entornos laborales, ya sea a nivel personal (individual) o a nivel grupal (empresarial). Los estudiantes analizarán temas tales como la definición de comportamiento y sus causas, la motivación y la satisfacción laboral, los métodos para estudiar el comportamiento organizacional y los factores que intervienen, como la comunicación y el liderazgo.

50028 ANÁLISIS EMPRESARIAL PARA LA TOMA DE DECISIONES 3 créditos semestrales
Este curso desarrolla las habilidades necesarias para el análisis cuantitativo de diversos contextos con el fin de tomar decisiones adecuadas. Los estudiantes aprenderán a utilizar modelos analíticos para evaluar diferentes situaciones o problemas en la gestión empresarial. Emplearán técnicas que mejoren su capacidad para formular, analizar e interpretar información con el fin de ofrecer soluciones alternativas e identificar la mejor opción. Además, los estudiantes podrán aplicar lo aprendido en contextos reales de gestión.

50029 GESTIÓN DE MARKETING 3 créditos semestrales
Este curso repasa las teorías y conceptos de la gestión de marketing, destacando su importancia dentro de las organizaciones. Los estudiantes aprenderán sobre las acciones y procedimientos enfocados en la planificación de las iniciativas de marketing. Los temas incluyen:

- Promoción de productos o servicios.
- Ejecución de campañas y análisis de resultados.
- Control de las operaciones de mercadotecnia.

- Impacto y contribución de las estrategias de mercadotecnia.
- Análisis de tendencias para nuevas propuestas.

50030 CONTABILIDAD PARA GERENTES 3 horas crédito semestrales
Proporciona los conocimientos necesarios para que los gerentes desarrollen habilidades que les permitan llevar a cabo procedimientos relacionados con la contabilidad de una empresa. El curso presentará los usos de la contabilidad para la gestión y administración efectivas de una empresa, revisando técnicas y conceptos contables actuales. Se abordará la contabilidad a nivel financiero y de gestión, proporcionando información relevante y oportuna para la toma de decisiones.

50031 GESTIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN 3 créditos semestrales
El curso presenta los conceptos de los sistemas de información, haciendo hincapié en su importancia dentro de las organizaciones. Los estudiantes profundizarán en los conceptos básicos para comprender estos sistemas. Estudiarán las diferentes infraestructuras tecnológicas de apoyo, tales como bases de datos, la nube, Big Data, sistemas centrales integrados y ERP, como SAP® u Oracle®, así como los procesos necesarios para su desarrollo o adquisición.

50032 INFORMES Y ANÁLISIS FINANCIEROS 3 horas crédito semestrales
El curso proporciona las habilidades necesarias para estudiar y analizar los estados financieros de una empresa, lo que contribuye a la toma de decisiones. Los estudiantes adquirirán los conocimientos básicos de contabilidad que les permitirán elaborar información financiera y analizar su impacto en los resultados de una organización. Los temas incluyen el estudio de los activos tangibles e intangibles, el análisis de costos, los estados financieros y los mecanismos utilizados para su análisis.

50033 DISEÑO DE PROCESOS EMPRESARIALES 3 créditos semestrales
Esta asignatura describe los aspectos fundamentales de cualquier organización. Los procesos están presentes en todas las áreas funcionales (finanzas, recursos humanos, producción y otras), así como en la toma de decisiones, la cultura y los métodos de negocio. Los temas más importantes son los procesos críticos en una empresa, el modelado de procesos, la búsqueda de la eficiencia mediante la mejora de los procesos y, finalmente, su ejecución.

50034 ENTORNOS LEGALES PARA LOS NEGOCIOS 3 créditos semestrales
El curso abarca todos los aspectos y cuestiones legales relacionados con el entorno empresarial, analizando las políticas actuales y los temas normativos relativos a la propiedad y/o la gestión de las empresas. Los estudiantes revisarán temas como la ética jurídica, el derecho laboral, los contratos y los delitos civiles, el derecho cibernético y el derecho internacional. También aprenderán sobre los procedimientos legales existentes y el impacto de las leyes y regulaciones.

50035 FINANZAS CORPORATIVAS 3 créditos semestrales
El curso abarca los conceptos fundamentales y críticos de las finanzas corporativas para el posterior análisis y estudio de datos que faciliten la toma de decisiones relacionadas con el capital o el crecimiento de la empresa. Los temas que se estudiarán incluyen la gestión de activos, la evaluación de riesgos, la estructura de capital, las decisiones de inversión, la demanda de acciones, las técnicas de presupuestación de capital y los métodos de financiamiento.

50036 GESTIÓN ESTRATÉGICA 3 créditos semestrales
Este curso proporciona las herramientas necesarias para analizar y evaluar las áreas funcionales de una organización con el fin de cumplir los objetivos estratégicos. Los estudiantes comprenderán el proceso de gestión estratégica, centrándose en la planificación, el diseño, la medición y el control. También evaluarán el entorno y la competencia, analizarán indicadores, formularán estrategias y las aplicarán

estas. Podrán gestionar eficazmente los recursos para alcanzar la misión y la visión de la organización.

50037 TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS NEGOCIOS 3 créditos semestrales
El curso ofrece los fundamentos y conceptos que permitirán a los estudiantes utilizar la transformación digital para buscar soluciones más efectivas en sus negocios, aumentando su competitividad al aprovechar las plataformas digitales actuales. Los estudiantes adquirirán habilidades que les permitirán emprender, liderar y/o transformar proyectos o negocios utilizando herramientas tecnológicas. Los temas incluyen la transformación digital, el uso de plataformas digitales, los nuevos modelos de negocio digitales y el impacto de la tecnología en ellos.

Cursos de especialización en gestión de proyectos

50038 CONTROL DE COSTOS Y PLAZOS DE PROYECTOS 3 horas crédito semestrales
Este curso enseñará a los estudiantes cómo controlar el cronograma y los costos de un proyecto para optimizar adecuadamente los resultados. Los estudiantes desarrollarán habilidades que les permitirán administrar su tiempo para entregar los proyectos a tiempo y dentro de los costos y/o el presupuesto planeados por la empresa. Los temas incluyen la gestión de costos de proyectos, las herramientas de programación de proyectos, la planificación de tiempos y costos, y las fases de la gestión de costos de proyectos.

50039 SISTEMAS DE GESTIÓN DE PROYECTOS 3 horas crédito semestrales
El curso resume y describe los sistemas de gestión de proyectos más populares para que los estudiantes puedan planificar y gestionar proyectos de manera eficiente. Además, los estudiantes comprenderán el papel de la tecnología en la minimización de riesgos, la creación de nuevas oportunidades de negocio y el logro de los objetivos planificados.

50040 GESTIÓN DE RIESGOS EN PROYECTOS 3 créditos semestrales
El curso ofrece una visión general de las mejores prácticas en gestión de riesgos que permitirán a los estudiantes identificar y analizar situaciones de riesgo potencial en un proyecto, así como planificar y controlar las medidas que deben adoptarse en tales casos. También proporciona las herramientas para una planificación eficaz de la gestión de riesgos, centrándose en aumentar la probabilidad y el impacto de los eventos positivos. Los temas incluirán el proceso de gestión de riesgos, la evaluación de riesgos y el impacto de los riesgos.

Cursos de especialización en analítica de negocios

50041 ANÁLISIS DE DATOS C: GESTIÓN 3 créditos semestrales
Este curso explica las principales metodologías relacionadas con el Big Data, haciendo hincapié en el análisis de datos masivos para descubrir correlaciones o patrones que permitan y faciliten la toma de decisiones. Los estudiantes adquirirán una base sólida de conocimientos que les permitirá utilizar diversas herramientas de gestión de datos y realizar análisis predictivos utilizando tanto la estadística como la informática. Los temas abarcarán técnicas de análisis de datos, minería de datos, computación estadística y métodos cuantitativos y analíticos para la resolución de problemas.

50042 APLICACIÓN DE LA ANÁLISIS DE NEGOCIOS 3 créditos semestrales
El curso prepara a los estudiantes al proporcionarles herramientas de análisis de datos que les ayudarán a tomar decisiones empresariales acertadas y a desarrollar estrategias sólidas. Los estudiantes podrán realizar y aplicar análisis de información y de negocios, definiendo la situación empresarial actual e identificando áreas o aspectos que requieren mejoras. Los temas incluyen la estrategia de datos empresariales, la recopilación, el análisis y la visualización de datos, el modelado de datos y el análisis predictivo, así como herramientas como Power BI, Alteryx y RStudio.

50043 VISUALIZACIÓN DE DATOS Y ELABORACIÓN DE INFORMES 3 créditos semestrales
Este curso proporciona las herramientas necesarias para que los estudiantes comprendan los fundamentos del diseño de paneles de control para todo tipo de informes. Aprenderán diferentes técnicas de visualización de datos, evaluando aquellas que les permitan presentar la información de la manera más adecuada, facilitando así la toma de decisiones. Los temas incluyen la importación de datos, la presentación de datos en tablas, gráficos y diagramas, la creación de paneles de control e informes de acuerdo con las necesidades de los usuarios, y la interpretación de la información.

Cursos de especialización

50044 LIDERAZGO ESTRATÉGICO 3 créditos semestrales
El curso abarca conceptos y teorías relacionados con el liderazgo, así como los diferentes tipos de liderazgo que existen, con el fin de reforzar la confianza de los equipos para participar en proyectos innovadores.
Los estudiantes podrán desarrollar habilidades que les permitan influir en sus equipos para aprovechar oportunidades estratégicas que contribuyan al logro de los objetivos de la organización. Los temas incluyen las principales tendencias de liderazgo, los modelos existentes y el liderazgo centrado en el comportamiento del líder.

50045 NEGOCIACIONES 3 créditos semestrales
Los estudiantes aprenderán conceptos relacionados con la negociación, entendiéndola como un proceso en el que dos o más partes intentan llegar a un acuerdo, considerándola como un mecanismo para resolver conflictos de intereses. Los temas incluyen la dinámica de la toma de decisiones, las habilidades de negociación y persuasión, y las diferentes estrategias y tácticas de negociación empresarial.

50046 LÍDERES EN ENTORNOS GLOBALES 3 créditos semestrales
Proporciona los conocimientos y habilidades necesarios para un liderazgo eficaz en contextos internacionales y globales. En este curso, los estudiantes aprenderán más sobre las diferentes prácticas de liderazgo en distintos países y cómo operar de manera eficaz en un entorno global. Se les alentará a adoptar una visión amplia, tener una mentalidad abierta y respetar la diversidad cultural.

Cursar un curso o programa en un idioma distinto del inglés puede reducir las oportunidades de empleo en los casos en que se requiera el inglés. Se notificará a los estudiantes si la institución realiza algún cambio.

Maestría en Marketing Digital

Objetivos del programa

- Desarrollar campañas de mercadotecnia integradas mediante la aplicación de conceptos avanzados de mercadotecnia digital.
- Analizar datos de investigación de mercado digital para respaldar la toma de decisiones basada en evidencia.
- Diseñar productos y servicios digitales innovadores utilizando herramientas y metodologías contemporáneas.
- Utilizar SEO, redes sociales, marketing de contenido y análisis de datos para impulsar la participación y la retención de los clientes.
- Formular estrategias de mercadotecnia omnicanal alineadas con los objetivos de la organización para su ejecución.
- Demostrar una comunicación ética y eficaz en las plataformas digitales y en las interacciones con los clientes.

Descripción del programa

El programa de Maestría en Marketing Digital capacita a los profesionales para aplicar las teorías y modelos modernos de marketing a las redes sociales, los medios electrónicos y el análisis de datos.

Los temas principales incluyen:

- Segmentación del mercado de consumo mediante herramientas de análisis de datos para comprender las intenciones de compra.
- Toma de decisiones sobre las principales variables del marketing estratégico: precios, publicidad, promoción y canales de distribución.
- Medición de las acciones de mercadotecnia mediante indicadores.

Cursos básicos (30 horas crédito semestrales)

Curso Código	Nombre de la asignatura	Semestre Horas de crédito
50004	COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	3
50005	INVESTIGACIÓN DE MERCADO	3
50006	COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING	3
50007	DECISIONES DE MARKETING PARA GERENTES	3
50008	MARKETING ELECTRÓNICO	3
50009	MARKETING EN REDES SOCIALES	3
50010	ANÁLISIS DE MARKETING	3
50011	GESTIÓN DE MARCAS	3
50012	MARKETING OMNICANAL	3
50013	ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	3
	Total de horas crédito semestrales del programa	**30**

Descripciones de los cursos

50004 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 3 horas crédito semestrales

Esta asignatura presenta conceptos que ayudan a comprender el comportamiento de compra de los consumidores. Abarca las teorías del comportamiento del consumidor y la aplicación práctica de sus conceptos y principios en la publicidad y el desarrollo de estrategias de mercadotecnia efectivas que contribuyan a la toma de decisiones. Los temas incluyen la percepción y la motivación, la elección de productos, la satisfacción del cliente, la actitud hacia la marca y la lealtad a la marca.

50005 INVESTIGACIÓN DE MERCADO 3 horas crédito semestrales

Este curso proporciona los conocimientos necesarios para comprender la investigación de mercado, desde su desarrollo hasta su ejecución, y para preparar diferentes tipos de cuestionarios con el fin de presentar los resultados de manera eficaz y precisa. Los temas incluyen métodos de recopilación de datos e información, así como su respectivo análisis e interpretación, lo que permite identificar las necesidades de los clientes o consumidores potenciales.

50006 COMUNICACIÓN INTEGRADA DE MARKETING 3 créditos semestrales

Este curso hace hincapié en las diferentes formas y elementos de la comunicación en los procesos de mercadotecnia, también denominados «comunicaciones integradas de mercadotecnia» (IMC), que ayudan a los profesionales de este campo a llegar a sus diferentes públicos y conectarse con ellos. Los temas incluyen los principales medios, tales como el correo directo, la radiodifusión, Internet, la prensa escrita, las relaciones públicas, el telemercadeo y la promoción, así como las herramientas para medir y evaluar su efectividad.

50007 DECISIONES DE MARKETING PARA GERENTES 3 créditos semestrales
El curso brinda los conocimientos necesarios para desarrollar e implementar planes de mercadotecnia que estén alineados con las decisiones estratégicas de mercadotecnia y respondan a ellas. Los temas incluyen el posicionamiento de productos o servicios, la segmentación, la mercadotecnia dirigida y la importancia de la fijación de precios y su influencia en las decisiones de compra. Estos conceptos permitirán una toma de decisiones que optimice el valor tanto para el cliente como para la organización.

50008 MARKETING DIGITAL 3 créditos semestrales
Este curso se centra en la nueva perspectiva que ha adquirido el marketing gracias a los avances en Internet y a la revolución digital, que tienen un impacto en las tácticas y estrategias de marketing. Los temas incluyen el comercio electrónico, el uso de técnicas de marketing en sitios web y dispositivos móviles, así como en redes sociales y correos electrónicos, estrategias digitales, retos del marketing digital, comunicación y promoción en marketing digital, y gestión de marcas en línea.

50009 MARKETING EN REDES SOCIALES 3 créditos semestrales
Este curso abarca los aspectos generales del marketing en redes sociales, comprendiendo cómo influye en las percepciones que los clientes o consumidores tienen de un producto o marca en particular, y cómo puede ayudar a atraer a diferentes públicos mediante la creación de campañas efectivas. Los temas incluyen la creación y publicación de anuncios en aplicaciones y servicios de redes sociales, la navegación por las redes sociales, la evaluación de métricas y el uso de las redes sociales para la segmentación del mercado.

50010 ANÁLISIS DE MARKETING 3 créditos semestrales
El curso aborda la importancia de analizar la información obtenida del mercado digital relacionada con diferentes aspectos del marketing, tales como los datos de segmentación de mercado, el posicionamiento de productos o servicios y la satisfacción del cliente, entre otros. Los temas incluyen la exploración de datos para el desarrollo de productos y la generación de información, la interpretación de los datos obtenidos, la comunicación de los conocimientos derivados del análisis y la visualización de estos datos para una mejor comprensión.

50011 GESTIÓN DE MARCAS 3 créditos semestrales
Este curso proporciona la información necesaria para crear estrategias relacionadas con la gestión de marcas. Entiende la marca como una identidad visual y un medio para ejecutar la estrategia comercial de una organización. Una marca también es esencial para que el usuario se identifique con la empresa y su producto o servicio. Los temas incluyen estrategias para medir y gestionar el valor de la marca, el branding interno, la integridad profesional, la gestión de marcas en entornos digitales y el impacto de las redes sociales en el branding.

50012 MARKETING OMNICANAL 3 créditos semestrales
Este curso abarca diversas técnicas analíticas útiles que responden a las estrategias de integración de la información y los canales de distribución de una empresa. Estas técnicas también están relacionadas con la estrategia de mercadotecnia de la empresa, que abarca desde los mensajes que comunica la empresa, la entrega de un producto y el servicio prestado, hasta la recopilación de datos de los clientes. Los temas incluyen la gestión eficiente de los canales de mercadotecnia para desarrollar una estrategia integral de gestión de la experiencia omnicanal del cliente.

50013 ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL 3 créditos semestrales
Este curso aborda los conceptos que permitirán el desarrollo del pensamiento estratégico y los procesos orientados al marketing digital, así como su análisis y todo lo relacionado con el desarrollo de la marca. Los estudiantes trabajarán con una hoja de ruta estratégica que responda a las expectativas de los clientes

y a los objetivos de la empresa. Los temas que se estudiarán incluyen estrategias de mercadotecnia digital, pensamiento estratégico y la planificación y construcción de procesos estratégicos eficaces, teniendo en cuenta el ritmo acelerado del entorno digital.

Cursar un curso o programa en un idioma distinto del inglés puede reducir las oportunidades de empleo en los casos en que se requiera el inglés. Se notificará a los estudiantes si la institución realiza algún cambio.

Maestría en Innovación y Emprendimiento

Objetivos del programa

- Evaluar las oportunidades de mercado utilizando marcos de trabajo emprendedores para fundamentar la acción estratégica.
- Diseñar modelos de negocio sostenibles y escalables basados en tendencias actuales y emergentes.
- Demostrar pensamiento innovador y liderazgo en la creación y transformación de empresas.
- Aplicar conocimientos de finanzas, mercadotecnia y operaciones en el desarrollo de startups o nuevas empresas.
- Desarrollar estrategias para mitigar los desafíos empresariales mediante la evaluación de riesgos.
- Formular soluciones adaptativas e innovadoras a los desafíos en entornos empresariales dinámicos para fomentar una cultura de innovación y creatividad.

Descripción del programa

La Maestría en Innovación y Emprendimiento abarca los siguientes aspectos: desarrollo de la creatividad y la innovación, análisis del entorno empresarial, diseño y desarrollo de productos, modelos de negocio innovadores, organización empresarial, aspectos legales de la creación de una empresa, herramientas tecnológicas y tendencias de mercado, aspectos financieros y comerciales del emprendimiento, gestión del cambio, entre otros.

Cursos básicos (36 horas crédito)

Asignatura Código	Nombre de la asignatura	Créditos
50014	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	3
50015	PERSPECTIVAS EMPRESARIALES A TRAVÉS DE LOS DATOS	3
50016	PENSAMIENTO DE DISEÑO Y DESCUBRIMIENTO DEL CLIENTE	3
50017	DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS	3
50018	DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIO	3
50019	EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN ORGANIZACIONALES	3
50020	ASPECTOS LEGALES PARA EMPRENDEDORES	3
50021	MODELOS DE NEGOCIO DISRUPTIVOS	3
50022	HERRAMIENTAS Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS CONTEMPORÁNEAS	3
50023	FINANZAS EMPRESARIALES	3
50024	VENTAS Y MARKETING EMPRENDEDOR	3
50025	GESTIÓN DEL CAMBIO	3
	Total de horas crédito semestrales del programa	**36**

Descripciones de los cursos Cursos troncales

50014 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN 3 horas crédito semestrales

Esta asignatura desarrolla habilidades para identificar oportunidades de creación de nuevos negocios y explorar técnicas para crear y/o generar nuevos productos o mejorar los existentes. De este modo, los estudiantes comprenderán los principios teóricos y los procesos basados en la investigación que favorecen la innovación. Los temas incluyen técnicas como la lluvia de ideas, la evaluación de ideas y la selección de las más adecuadas para su implementación.

50015 PERSPECTIVAS EMPRESARIALES A TRAVÉS DE LOS DATOS 3 horas crédito semestrales
Los estudiantes serán capaces de utilizar diversas herramientas y técnicas analíticas modernas para resolver problemas de gestión empresarial. El análisis de datos es esencial en todas las fases del proceso de toma de decisiones y se ha convertido en una habilidad fundamental que los profesionales deben poseer y que el mercado exige.
Los temas más relevantes son el big data, la ciencia de datos, la inteligencia artificial, la gestión y el análisis de datos, los algoritmos y las predicciones, y el aprendizaje automático.

50016 PENSAMIENTO DE DISEÑO Y DESCUBRIMIENTO DEL CLIENTE 3 créditos semestrales
Los estudiantes aprenderán a utilizar la metodología del pensamiento de diseño para identificar las necesidades y opiniones de los clientes con el fin de satisfacer mejor sus demandas o aprovechar la oportunidad de crear nuevos productos y servicios. El pensamiento de diseño es una forma ágil y eficaz de realizar estudios de mercado. El curso abarca una introducción a la metodología, así como las etapas de exploración, definición, desarrollo, creación de prototipos, validación y resultados.

50017 DISEÑO Y DESARROLLO DE PRODUCTOS 3 créditos semestrales
El curso incluye el análisis de varios casos de estudio que refuerzan las habilidades necesarias para crear planes de lanzamiento de nuevos productos o servicios, ya sea para una empresa nueva o existente. Los planes toman en cuenta las expectativas y necesidades de los clientes y tienen como objetivo lograr su satisfacción con el resultado.
Los temas incluyen el proceso de diseño y desarrollo de productos o servicios, los diferentes enfoques y su introducción al mercado.

50018 DESARROLLO DE MODELOS DE NEGOCIO 3 créditos semestrales
Este curso se enfoca en determinar una propuesta de valor que estructure un plan de negocios alineado con las oportunidades del mercado y los segmentos de clientes objetivo. Entre los temas tratados, los estudiantes revisarán diversos modelos de negocio, comprendiendo los elementos clave para el éxito. También aprenderán sobre una amplia variedad de conceptos y herramientas esenciales para identificar nuevas fuentes de ingresos, además de un enfoque centrado en el cliente.

50019 EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN ORGANIZACIONALES 3 créditos semestrales
El curso analiza las necesidades organizacionales relacionadas con el emprendimiento y la innovación, y cómo estas contribuyen al desarrollo de una empresa. Los estudiantes revisarán diversos modelos de evaluación, cambios organizacionales y casos de estudio, en busca de soluciones innovadoras aplicables a todo tipo de organizaciones. Los temas incluyen casos de estudio, conceptos de innovación en diferentes industrias, los diversos conocimientos de los especialistas en innovación y el vínculo entre la innovación y el emprendimiento.

50020 ASPECTOS LEGALES PARA EMPRENDEDORES 3 créditos semestrales
El curso aborda la importancia de los aspectos legales como un aspecto fundamental de todo tipo de organizaciones, haciendo hincapié en aquellos relacionados con el emprendimiento. Los estudiantes adquirirán las habilidades necesarias para desarrollar un plan legal después de conocer y comprender los diversos desafíos legales que pueden enfrentar al iniciar un negocio. Los temas abarcan desde la elección correcta de

ubicación de la empresa y lo que implica este tipo de decisión, hasta los costos legales asociados con la coordinación con especialistas en el campo.

50021 MODELOS DE NEGOCIO DISRUPTIVOS 3 créditos semestrales
Este curso tiene como objetivo brindar a los estudiantes una comprensión de cómo evolucionan los negocios y la necesidad resultante de innovar para alcanzar el éxito empresarial. En este campo de la innovación, es esencial el uso de herramientas tecnológicas para crear nuevos modelos de negocio, a los que denominamos negocios disruptivos. Los temas que se abordan en el curso son los siguientes: diferencias entre un negocio tradicional y un negocio disruptivo, la importancia de la economía colaborativa, las redes sociales y su impacto en los negocios, así como la comprensión del papel de la tecnología en un negocio disruptivo.

50022 HERRAMIENTAS Y TENDENCIAS TECNOLÓGICAS CONTEMPORÁNEAS 3 créditos semestrales
El curso explica las diversas tendencias que surgen gracias a la tecnología, las herramientas tecnológicas existentes y cómo impactan en diversos sectores e industrias, tales como las plataformas, las aplicaciones móviles y el Internet de las cosas. Los temas incluyen la revisión y el aprendizaje sobre paquetes de software, estudios de productos o servicios que se aplican a diversas empresas y/o proyectos de negocios.

50023 FINANZAS EMPRENDEDORAS 3 horas crédito semestrales
Este curso se centra en la gestión financiera de las empresas emprendedoras y en los problemas financieros a los que se enfrentan, desde la generación de ideas hasta el lanzamiento del negocio. Los estudiantes desarrollarán habilidades para estimar gastos e ingresos mediante proyecciones y comprenderán cómo preparar una valoración empresarial. Los temas incluyen la planificación financiera, el financiamiento mediante deuda y capital, los métodos de financiamiento y la creación de planes financieros viables.

50024 VENTAS Y MARKETING EMPRENDEDOR 3 créditos semestrales
Este curso desarrolla los conceptos básicos de mercadotecnia y ventas para un negocio, ya sea propio o de terceros. Presenta principios y prácticas innovadoras necesarias antes de diseñar y gestionar un equipo de ventas, así como los aspectos generales de la mercadotecnia para establecer estrategias. Los temas principales abarcarán los desafíos de los emprendedores, la búsqueda e identificación de oportunidades de negocio, las estrategias de mercadotecnia dirigidas a pequeñas empresas, los fundamentos de las ventas y las etapas del proceso de ventas.

50025 GESTIÓN DEL CAMBIO 3 créditos semestrales
Actualmente, una de las premisas más recurrentes es la existencia de un entorno en el que los cambios son permanentes y cada vez más acelerados. Por lo tanto, es esencial que toda empresa acepte y gestione el cambio. Este curso define qué es la gestión del cambio, su importancia y las etapas que la componen. También aborda la inevitable resistencia al cambio y cómo gestionarla, así como los diferentes modelos de gestión del cambio según la naturaleza y las condiciones de las organizaciones.

Cursar un curso o programa en un idioma distinto al inglés puede reducir las oportunidades de empleo en los casos en que se requiera el inglés. Se notificará a los estudiantes si la institución realiza algún cambio.

Orientación académica

Calendario académico

Semestre de primavera de 2026, período A	
19 de diciembre de 2025	Comienza la orientación para nuevos estudiantes
5 de enero de 2026	Comienzan las clases
18 de enero de 2026	Fin del período de inscripción y cancelación de cursos
19 de enero de 2026	Día festivo: Día de Martin Luther King
23 de enero de 2026	Día de recuperación de clases (19/01)
16 de febrero	Día festivo: Día de los Presidentes
20 de febrero de 2026	Día de recuperación de clases (16/02)
1 de marzo de 2026	Fin de clases

Semestre B de primavera de 2026	
20 de febrero de 2026	Comienza la orientación para nuevos estudiantes
2 de marzo de 2026	Inicio de clases
15 de marzo de 2026	Fin del período de inscripción y cancelación de cursos
26 de abril de 2026	Fin de clases
27 de abril - 2 de mayo de 2026	Vacaciones de verano

Verano de 2026, período A	
30 de abril de 2026	Comienza la orientación para nuevos estudiantes
4 de mayo de 2026	Comienzan las clases
17 de mayo de 2026	Fin del período de inscripción y cancelación de cursos
25 de mayo	Día de los Caídos
29 de mayo de 2026	Día de recuperación de clases (25/05)
12 de junio de 2026	Día de recuperación de clases (19/06)
19 de junio de 2026	Día de la Emancipación
28 de junio de 2026	Fin de clases

Verano de 2026, período B	
26 de junio de 2026	Comienza la orientación para nuevos estudiantes
29 de junio de 2026	Inicio de clases
12 de julio de 2026	Fin del período de inscripción y cancelación de cursos
23 de agosto de 2026	Fin de clases
24–30 de agosto de 2026	Vacaciones de otoño

Semestre A de otoño de 2026	
28 de agosto	Comienza la orientación para nuevos estudiantes
31 de agosto	Inicio de clases
7 de septiembre de 2026	Día del Trabajo
11 de septiembre de 2026	Clases de recuperación (07/09)
13 de septiembre de 2026	Fin del período de inscripción y cancelación de cursos
25 de octubre de 2026	Fin de clases

Semestre B de otoño de 2026	
23 de octubre de 2026	Comienza la orientación para nuevos estudiantes
26 de octubre	Inicio de clases
8 de noviembre de 2026	Fin del período de inscripción y cancelación de cursos
11 de noviembre de 2026	Día de los Veteranos
13 de noviembre de 2026	Día de recuperación de clases (11/11)
26 y 27 de noviembre de 2026	Día de Acción de Gracias
20 de diciembre de 2026	Fin de clases
21 de diciembre de 2026 – 3 de enero de 2027	Vacaciones de invierno

Horas de crédito y carga académica

La universidad Harson mide la carga académica de sus programas en términos de horas crédito semestrales. Tradicionalmente, un semestre académico dura 15 semanas, y una hora crédito semestral se define como 15 horas de instrucción académica directa, que pueden incluir clases magistrales, actividades guiadas, estudio independiente supervisado y educación en línea. Además, por cada hora crédito, los estudiantes deben completar 30 horas de trabajo académico independiente, como lecturas, tareas, proyectos o actividades de investigación.

En la universidad Harson, los cursos se ofrecen en períodos académicos de ocho semanas. De estas ocho semanas, siete se dedican a la instrucción académica directa, mientras que la octava semana se dedica a evaluaciones finales supervisadas, las cuales forman parte del tiempo de instrucción académica, de acuerdo con las prácticas aceptadas para medir las horas crédito semestrales.

Bajo este modelo, cada hora de crédito requiere un total de 15 horas de instrucción académica directa distribuidas a lo largo de las ocho semanas. Estas horas se estructuran mediante sesiones académicas sincrónicas y asincrónicas durante las primeras siete semanas, complementadas con actividades de evaluación final supervisadas en la octava semana. Esto garantiza que los estudiantes completen todas las horas de instrucción requeridas para un semestre tradicional de 15 semanas.

Además, por cada hora de crédito, los estudiantes deben completar 30 horas de trabajo académico independiente, que se distribuyen principalmente a lo largo de las siete semanas de instrucción y se refuerzan con actividades integradoras y preparación para las evaluaciones finales durante la octava semana.

Por ejemplo, en un curso de 3 horas de crédito, los estudiantes deben completar un total de 45 horas de instrucción académica directa a lo largo del período académico de ocho semanas. Estas horas se distribuyen aproximadamente en 6 horas de instrucción por semana durante las primeras siete semanas, más las horas correspondientes a las evaluaciones finales supervisadas en la octava semana. Además, los estudiantes deben completar 90 horas de trabajo académico independiente, lo que equivale a un promedio de 11 a 12 horas por semana a lo largo del período académico.

Por lo general, los estudiantes se inscriben en dos cursos de 3 créditos por período académico de ocho semanas. En consecuencia, se espera que mantengan una carga académica total de aproximadamente 12 horas por semana de instrucción académica directa y de 22 a 24 horas por semana de trabajo independiente, considerando tanto las semanas de instrucción como la semana de evaluaciones finales.

Este marco garantiza que los programas académicos de la universidad Harson mantengan la equivalencia, el rigor y la profundidad académicos con respecto a un semestre tradicional de 15 semanas, al tiempo que aprovechan

la flexibilidad del modelo de educación a distancia acelerada, sin comprometer los estándares académicos requeridos para la educación superior.

Sistema de numeración de cursos

La universidad Harson utiliza un sistema de numeración de cursos que consta de cinco (5) dígitos numéricos:

- Programas de pregrado: series que comienzan con 30000 y 40000.
- Programas de posgrado: series que comienzan con 50000.

Actividades de aprendizaje y tareas

Por lo general, se requiere que los estudiantes participen en diversas actividades académicas, que incluyen (entre otras) publicaciones en debates, ensayos, foros, investigaciones y otras tareas. También deben completar dos (2) evaluaciones: una (1) evaluación de mitad de período y una (1) evaluación final.

Transferencia de créditos

La aceptación de créditos transferidos queda siempre a la entera discreción de la institución receptora, y la universidad Harson no hace ninguna declaración, promesa ni garantía de que los créditos obtenidos en la universidad Harson sean aceptados por ninguna otra institución.

Procedimiento de calificación

Todos los estudiantes deben recibir una calificación en cada curso en el que estén inscritos al final de cada período académico. La calificación debe representar el desempeño acumulado del estudiante en el curso.

Una vez procesados los boletines de calificaciones (una semana), cada estudiante recibirá una notificación (a través del sistema oficial de comunicación) informándole que las calificaciones están disponibles en su portal de estudiante. Las calificaciones no se pueden modificar; los estudiantes siempre pueden discutir posibles inconsistencias en las calificaciones con el profesor del curso. Si el estudiante no puede resolver la situación de la calificación con el profesor, el siguiente paso es seguir el procedimiento de quejas de la Universidad.

Además, si el profesor decide modificar la calificación tras analizar el caso, se deberá presentar un «Formulario de modificación de calificación».

Sistema de calificaciones

La universidad Harson utiliza un sistema de calificaciones para los cursos de pregrado y posgrado acorde con el desempeño acumulado en el curso. El Sistema de Información Estudiantil, Academia, asigna automáticamente una calificación según la lógica explicada en la siguiente tabla:

Calificación	Descripción	Porcentaje	Puntos de calidad
A	Excelente	90 – 100 %	4,0
B	Bueno	80 – 89,99 %	3,0
C	Regular	70 – 79,99 %	2,0
D	Insuficiente	65 – 69,99 %	1,0
F	Insuficiente	Hasta el 64,99 %	0,0
WA	Retiro – No Asistencia	No se calcula *	0,0
W	Retiro – Antes de completar el 50 % del curso	No calculado **	0,0

* Durante el período de inscripción y cancelación.

** Después del período de inscripción y cancelación.

Tenga en cuenta que las calificaciones «No calculadas» no forman parte del promedio de calificaciones (consulte «Promedio de calificaciones» más abajo).

Promedio de calificaciones

El promedio de calificaciones (GPA) es un número que indica qué tan bien les fue a los estudiantes en los cursos, en promedio. Utilizando una escala de 1.0 a 4.0, el GPA registra el progreso del estudiante mientras está inscrito en un programa de estudios. Este número evalúa si el estudiante cumple con los estándares y las expectativas establecidas por el programa de estudios. El cálculo del GPA utiliza «puntos de calidad» asignados a cada hora de crédito del curso, tal como se muestra en el sistema de calificaciones descrito anteriormente. A continuación, se presenta un ejemplo específico del cálculo del GPA acumulativo:

GPA acumulativo = (Número total de puntos de calidad) / (Número total de horas crédito semestrales del período)

En el cálculo anterior, (número de puntos de calidad por curso) = (punto de calidad por hora de crédito) × (horas de crédito semestrales del curso)

Donde «curso» representa cualquier curso académico en el que un estudiante se haya inscrito y al que se le haya asignado una calificación de «A», «B», «C», «D», «F» o «WF».

Ejemplo:

Curso A, 3 créditos: Calificación A | A = 4 puntos de calidad por hora de crédito | 12 puntos de calidad Curso B, 3 créditos

: Calificación B | B = 3 puntos de calidad por hora de crédito | 9 puntos de

calidad GPA = (12 + 9) / (3 + 3) = 3,50

Estándares académicos mínimos

Los estándares académicos mínimos de la universidad Harson son coherentes con su misión y visión. A continuación se detallan:

- Los estudiantes matriculados en un programa de pregrado deben mantener un promedio acumulado (GPA) mínimo de 2,00.
- Los estudiantes matriculados en un programa de posgrado deben mantener un promedio acumulado (GPA) mínimo de 3,00.

Política de calificaciones «I» (incompleto)

La política de la universidad Harson establece que un miembro del cuerpo docente, a su discreción, puede otorgar una calificación de «Incompleto» para registrar una designación temporal que represente la imposibilidad de un estudiante de completar una parte evaluable del trabajo del curso por razones ajenas a su control. Además, para aprovechar esta oportunidad, el estudiante debe cumplir con los requisitos impuestos por el profesor del curso a más tardar un (1) período académico después de haber recibido la calificación de «Incompleto».

Se podrá otorgar una calificación de «Incompleto», a discreción del profesor de la materia, únicamente a un estudiante que haya experimentado una circunstancia atenuante, como una emergencia inesperada de carácter personal, laboral o médico, que le haya impedido justificadamente completar el trabajo requerido de la materia dentro del plazo permitido. Según esta política, no se puede otorgar una calificación de «Incompleto» a un estudiante como sustituto de una calificación de reprobación, incluso si dicho estudiante experimenta una emergencia como las descritas.

Probatoria académica

Los estándares académicos mínimos de la universidad Harson son coherentes con su misión y visión. Los estudiantes que no alcancen estos estándares serán considerados en probatoria académica. Los estudiantes en probatoria académica deben alcanzar los estándares académicos mínimos antes de que termine el año académico. Los estudiantes pueden ser dados de baja del programa de estudios de la universidad Harson si no logran alcanzar los estándares académicos mínimos.

Repetición de cursos

Los estudiantes pueden volver a tomar un curso si obtienen una calificación de reprobación. Los estudiantes son responsables financieramente de los costos asociados con la repetición de un curso. Sus calificaciones se tomarán en cuenta en su promedio acumulado (GPA) y en su expediente académico. Se recomienda a los estudiantes que repitan cualquier curso en el que hayan reprobado tan pronto como esté disponible. Al repetir un curso, solo se utilizará la última calificación obtenida para calcular el promedio acumulado. Las calificaciones anteriores permanecerán en el expediente académico, pero no formarán parte del promedio acumulado.

Política de graduación

Para poder graduarse, los estudiantes deben completar el plan de estudios académico completo tal como se describe en el catálogo dentro del plazo establecido.

Requisitos

- Estudiantes de pregrado: Deben tener un promedio acumulado (GPA) mínimo de 2.00.
- Estudiantes de posgrado: Deben tener un promedio acumulado (GPA) mínimo de 3,00

Una vez que se cumplan todos los requisitos académicos, recibirás una notificación en tu último semestre para iniciar el proceso oficial de graduación y participar en la ceremonia de graduación. Los estudiantes pueden presentar una solicitud de graduación y pagar la cuota de graduación. La Oficina del Registrador utilizará la solicitud para realizar una auditoría de título y asegurarse de que los estudiantes cumplan con los requisitos de graduación.

Si solicitas la graduación pero no cumples con los requisitos mínimos, recibirás un informe detallado sobre tu progreso y lo que aún debes completar.

Reconocimiento de honores

Los estudiantes que alcancen la excelencia académica pueden recibir un título con honores. Para ser elegibles, los estudiantes deben obtener un promedio general (GPA) dentro de uno de los siguientes rangos:

- Lista del Rector: 4.00
- Lista del decano: 3,60 – 3,99

Extracto oficial de calificaciones

Todos los estudiantes tienen acceso en línea a sus calificaciones a través del Portal del Estudiante. Además, al solicitar la graduación, se emitirá un expediente académico oficial.

Si un estudiante necesita una copia oficial o un expediente académico no oficial, debe enviar un correo electrónico aservices@harsonuniversity.com solicitando la documentación correspondiente.

Los estudiantes, otras instituciones, posibles empleadores u otras agencias recibirán los expedientes académicos oficiales directamente a solicitud. Es posible que no se atiendan las solicitudes de expedientes académicos oficiales si el estudiante tiene alguna retención en su cuenta; en tales casos, un asesor académico se comunicará con el estudiante para explicarle los detalles.

Período de inscripción y cancelación de cursos

El período para agregar o dar de baja cursos comienza el primer día de clases de cada período de 8 semanas y termina catorce (14) días después del inicio de clases de ese período de 8 semanas. Durante estos catorce (14) días, los estudiantes pueden modificar su carga académica agregando o dando de baja cursos sin repercusiones académicas ni financieras. Para hacerlo, deben enviar un correo electrónico a Servicios Estudiantiles y completar el formulario correspondiente. Consulte la Política de cancelación y reembolso para conocer los reembolsos aplicables como resultado de la cancelación.

Política de retiro

La universidad Harson exige que los estudiantes presenten su solicitud oficial de retiro a través del portal estudiantil. No completar el proceso de retiro dentro del período de retiro designado puede resultar en calificaciones de reprobación, lo cual podría afectar negativamente el rendimiento académico del estudiante, su progreso académico, su promedio acumulado (GPA) y sus obligaciones financieras. Para cada período académico de ocho semanas, el

período oficial de retiro comienza el primer día de clases y termina el domingo de la segunda (2.ª) semana del período académico. Si un estudiante se retira de un curso después de que haya concluido la segunda semana del período académico, el sistema le asignará una calificación de «W». Consulte la política de reembolso para conocer los reembolsos aplicables como resultado del retiro del período académico.

Política de ausencias a los cursos

La asistencia es fundamental para que los estudiantes alcancen sus metas académicas; por lo tanto, mejorará y enriquecerá la experiencia con sus compañeros. Los estudiantes son responsables de revisar todo el contenido impartido durante el curso, independientemente de si están presentes o no en clase.

Se considera «asistencia» cualquier tipo de participación académica semanal, como asistir a clases en vivo (presenciales o virtuales), entregar tareas o actividades evaluadas en la plataforma institucional, o participar en actividades académicas complementarias, tales como talleres, charlas, conferencias, clases magistrales y seminarios.

Algunos ejemplos de pruebas aceptables de asistencia académica pueden ser:

- La entrega por parte del estudiante de un trabajo académico o un examen.
- La participación del estudiante en un tutorial interactivo o en una clase asistida por computadora.
- Las publicaciones de los estudiantes en un foro de discusión que demuestren su participación en un debate en línea.

Los registros de asistencia son responsabilidad de cada profesor y deben ingresarse una vez por semana, todos los lunes, en el sistema académico institucional (SIS/LMS), reflejando la participación o las entregas de la semana anterior. Si no hay evidencia de participación o entregas durante la semana, se registrará al estudiante como ausente. Si el estudiante entrega tareas después de la fecha límite, pero dentro de la misma semana, la asistencia se registrará como «Tardía» y contará como el 50 % del valor de esa semana.

La asistencia representará el 10 % de la calificación final del curso al término del semestre y se calculará proporcionalmente de acuerdo con las semanas en las que el estudiante cumpla con los criterios de participación definidos. La Secretaría Académica supervisará semanalmente que los profesores cumplan con el registro, y el Coordinador Académico aplicará medidas en caso de incumplimiento o patrones irregulares. En casos de ausencia justificada por razones médicas u otras razones aprobadas, el estudiante debe notificarlo a tiempo y presentar la documentación correspondiente. Además, la Universidad podrá revisar y ajustar la política de acuerdo con las necesidades institucionales y normativas, e integrarla como parte del Plan Institucional de Retención con indicadores supervisados semanalmente.

Política de ausencias

En la universidad Harson, entendemos que los estudiantes pueden enfrentar circunstancias imprevistas, como problemas médicos, servicio militar o emergencias personales, que les impidan continuar con sus estudios. Nuestra política de licencia de ausencia (LOA) está diseñada para permitir que los estudiantes hagan una pausa en sus estudios sin tener que retirarse, preservando así su progreso académico y su estatus dentro de la universidad.

Requisitos y elegibilidad

Cualquier estudiante matriculado puede solicitar una licencia por ausencia por un período definido. Las solicitudes deben presentarse por escrito al coordinador académico y al asesor de servicios estudiantiles, e incluir la siguiente documentación de respaldo:

- Razones médicas: nota del médico, registros de hospitalización u otra documentación que justifique el estado de salud del estudiante.
- Servicio militar: copia de las órdenes militares que confirmen la activación o el despliegue.
- Motivos personales: documentos oficiales que verifiquen una emergencia o dificultad extrema (por ejemplo, fallecimiento de un familiar, desastre natural, etc.).

Duración y límites

Se otorga una licencia por un período mínimo de un (1) semestre y un máximo de tres (3) semestres consecutivos.

- La duración total de todas las licencias aprobadas para un estudiante durante su programa no debe exceder los tres (3) semestres académicos en total, a menos que existan circunstancias excepcionales.
- Excepción por servicio militar: Las solicitudes de licencia por servicio militar activo no se contabilizarán para el límite total del programa. Esto se hace de conformidad con las regulaciones federales y del estado de Florida que protegen los derechos educativos de los veteranos y del personal militar.

Responsabilidades financieras y académicas

Los estudiantes deben saldar cualquier obligación financiera pendiente con la universidad antes de que se pueda aprobar su solicitud de licencia. La matrícula del período actual de 8 semanas no es reembolsable si el estudiante solicita la licencia después del período de inscripción para agregar o eliminar cursos.

Un estudiante con licencia sigue inscrito en el programa, pero no está académicamente activo. Durante este tiempo, no puede asistir a clases ni utilizar los recursos de la universidad (por ejemplo, la biblioteca o los laboratorios).

Es responsabilidad del estudiante ponerse en contacto con la Secretaría Académica al menos 30 días antes de que finalice su licencia para coordinar su regreso. La fecha de reingreso debe coincidir con el inicio de un nuevo semestre académico.

Consecuencias del incumplimiento

- Si un estudiante no regresa después de que venza su permiso de ausencia y no ha solicitado una prórroga, se considerará que se ha dado de baja de la universidad. En ese caso, deberá pasar por el proceso de readmisión para volver a inscribirse en el futuro.
- Una licencia de ausencia no puede utilizarse para evitar la expulsión académica por bajo rendimiento.

Política de honestidad académica y conducta estudiantil

Política de honestidad académica

La universidad Harson establece esta política para garantizar una cultura académica basada en la honestidad, la responsabilidad y el respeto por el trabajo intelectual. Esta política se aplica a todos los estudiantes, profesores, personal académico y administrativo en todas las modalidades de estudio (presencial, híbrida o en línea).

La integridad académica es un principio fundamental para preservar la calidad educativa, la credibilidad institucional y el valor de los títulos otorgados por la universidad Harson.

Comité de Integridad Académica (AIC)

Composición

El Comité de Integridad Académica (AIC) estará compuesto por los siguientes miembros:

- Director Ejecutivo
- Director Ejecutivo
- Decano Asociado
- Coordinador académico
- Secretario académico

Funciones

El AIC desempeña las siguientes funciones:

- Revisa y resuelve casos de presunta deshonestidad académica.
- Determina las sanciones de acuerdo con la etapa aplicable.
- Garantiza la imparcialidad y el debido proceso en todos los procedimientos.
- Registra los casos oficiales y mantiene un historial académico confidencial.

Conductas que constituyen deshonestidad académica

Cualquier acción que proporcione una ventaja injusta o presente el trabajo de otra persona como propio constituye una violación de la integridad académica. Las violaciones incluyen, entre otras, las siguientes:

- Plagio o similitud superior al 25 %, según lo detectado por Turnitin.
- Copiar texto, ideas, imágenes o datos sin la cita adecuada.
- Usar inteligencia artificial (IA) generativa sin autorización o sin la cita adecuada.
- Copiar o participar en comunicaciones indebidas durante los exámenes, según lo detecte Proctorizer.
- Falsificar la identidad en exámenes o tareas.
- Comprar, intercambiar o presentar el trabajo de otra persona como propio.
- Manipular calificaciones, documentos oficiales o firmas.
- Presentar trabajos generados por IA, plataformas automatizadas o terceros como propios.

Herramientas institucionales obligatorias

La universidad Harson exige el uso de las siguientes herramientas en todas las actividades académicas aplicables:

- **Turnitin:** Obligatorio para todas las entregas realizadas dentro de la plataforma de aprendizaje.
- **Proctorizer:** Obligatorio para todos los exámenes virtuales o supervisados.

El cuerpo docente debe conservar toda la evidencia relevante, incluyendo informes de similitud, capturas de pantalla, grabaciones e informes generados automáticamente por el sistema.

Procedimiento institucional obligatorio

Todos los casos de presunta deshonestidad académica siguen un proceso progresivo obligatorio. No se permite la resolución informal. El cuerpo docente no puede imponer sanciones de manera unilateral, ni puede omitir informar al AIC cuando sea necesario. Las siguientes tres etapas se aplican independientemente de si la conducta indebida es leve o grave.

Modelo de sanciones progresivas

Etapa	Nombre	Qué sucede	Quién interviene
Etapa 1	Advertencia formal	El profesor notifica al estudiante por escrito. El estudiante tiene 48 horas para responder. La tarea recibe una calificación de 0 y puede volver a realizarse con una penalización; la posible en la tarea rehecha es del 70 %.	Profesor y coordinador académico
Etapa 2	Expediente oficial e informe a la AIC / Sanción académica grave Sanción	Si se repite la infracción o el caso es grave, se abre un expediente formal. El estudiante recibe una calificación final de F en la materia.	AIC
Etapa 3	Suspensión o expulsión	El estudiante recibe una suspensión temporal de uno o más semestres, o una expulsión permanente, debido a la reincidencia o a un fraude grave.	AIC

Procedimiento del cuerpo docente ante sospecha de deshonestidad académica

Ante la sospecha de deshonestidad académica, el cuerpo docente sigue el procedimiento que se detalla a continuación:

1. **Detección:** El profesor identifica similitudes inusuales en Turnitin o conducta indebida a través de Proctorizer.
2. **Verificación:** El profesor revisa la evidencia de manera objetiva.
3. **Notificación al estudiante (Etapa 1):** El profesor notifica al estudiante a través del correo electrónico institucional. El estudiante tiene 48 horas para responder.
4. **Evaluación de la respuesta:**
    - Si el estudiante admite la infracción, y el caso corresponde a una primera infracción y no se considera grave, el caso se resolverá en la Etapa 1. De acuerdo con esta etapa, la tarea recibirá una calificación de cero (0). Se le pedirá al estudiante que vuelva a entregar la tarea en un plazo de 48 horas. La tarea reentregada será calificada, y la calificación final reemplazará el cero original, con una puntuación máxima posible del 70 %.
    - Si el estudiante no responde o niega la acusación, el proceso continúa según lo descrito.
5. Si la conducta indebida es la primera vez que ocurre, se aplica la Etapa 1 o la Etapa 2, dependiendo de la gravedad.
6. Si la conducta indebida es grave o recurrente, el profesor reporta el caso al AIC para que se considere la Etapa 3.
7. El profesor no podrá asignar la calificación final del curso hasta que el caso se haya resuelto por completo.

Sanciones académicas

Las sanciones disponibles en virtud de esta política incluyen lo siguiente:

- Una calificación de 0 en la tarea o el examen.
- Una calificación final de F en el curso.
- La obligación de volver a realizar la tarea bajo condiciones específicas.

- Pérdida de becas institucionales o ayuda financiera.
- Suspensión del acceso a las plataformas académicas.
- Suspensión temporal o expulsión (Etapa 3).

Derechos de los estudiantes

Los estudiantes sujetos a esta política conservan los siguientes derechos:

- Recibir una notificación por escrito de la acusación.
- A presentar pruebas o explicaciones en respuesta.
- Solicitar una revisión o apelar dentro de los cinco días hábiles siguientes a la recepción de una resolución por escrito.
- Recibir una resolución por escrito.

Registros y confidencialidad

- Solo se registran oficialmente los casos a partir de la Etapa 2.
- Las sanciones no se incluyen en el expediente académico oficial, excepto en los casos de expulsión.
- Toda la información sobre los casos es confidencial y la administra el secretario judicial.

Política general de conducta

La universidad Harson espera que todos los estudiantes se comporten de manera coherente con los valores de la universidad: respeto, responsabilidad e integridad. Esta política se aplica a todos los estudiantes, independientemente de la modalidad de estudio, y rige el comportamiento en entornos académicos, en las comunicaciones institucionales y en cualquier otro contexto en el que un estudiante represente a la universidad Harson o interactúe con ella.

Infracciones de conducta

Los siguientes comportamientos constituyen infracciones de la política de conducta estudiantil de la universidad Harson:

- Acoso, intimidación o comportamiento amenazante dirigido a estudiantes, profesores o personal.
- Conducta discriminatoria basada en raza, género, religión, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra característica protegida.
- Comportamiento perturbador que interfiera con el ambiente de aprendizaje o las operaciones institucionales.
- Uso indebido o acceso no autorizado a los sistemas, plataformas o recursos de la institución.
- Falsificación o tergiversación de información personal o registros institucionales.
- Conductas que pongan en peligro la salud o la seguridad de cualquier miembro de la comunidad universitaria.
- Cualquier comportamiento que viole la legislación local, nacional o internacional aplicable.

Sanciones

Las sanciones por infracciones de conducta se determinan según la gravedad y la recurrencia del comportamiento, y pueden incluir lo siguiente:

- Advertencia formal por escrito.
- Participación obligatoria en programas correctivos o educativos.
- Período de prueba disciplinaria por un plazo definido.
- Expulsión permanente de la universidad Harson.

Procedimiento

Cualquier estudiante, miembro del cuerpo docente o del personal puede presentar una queja de conducta. Todas las quejas son revisadas por el Decano Asociado, quien determina el curso de acción adecuado. Los estudiantes sujetos a una queja de conducta conservan el derecho a recibir una notificación por escrito, la oportunidad de responder y una resolución por escrito. Los estudiantes pueden apelar cualquier sanción dentro de los cinco días hábiles siguientes a la recepción de la notificación por escrito del resultado.

Política de confidencialidad y privacidad de los estudiantes

La universidad Harson sigue el marco de la Ley de Derechos Educativos y Privacidad de la Familia (FERPA) como un estándar riguroso y reconocido a nivel nacional para proteger la privacidad de los estudiantes.

Marco de la FERPA

La Ley de Derechos Educativos y Privacidad de la Familia (FERPA) de 1974, en su versión modificada, otorga a los estudiantes elegibles ciertos derechos con respecto a sus expedientes educativos. Un «estudiante elegible» es aquel que tiene 18 años de edad o más, o que está inscrito en una institución de educación superior. En la universidad Harson, estos derechos incluyen:

1. **El derecho a inspeccionar y revisar los expedientes académicos:** Los estudiantes tienen derecho a inspeccionar y revisar sus expedientes académicos dentro de los 45 días siguientes a la fecha en que la Universidad reciba una solicitud de acceso. El estudiante debe presentar una solicitud por escrito al secretario académico, identificando el expediente o los expedientes específicos que desea inspeccionar. El funcionario de la Universidad coordina el acceso y notifica al estudiante la hora y el lugar donde se pueden inspeccionar los expedientes.

2. **El derecho a solicitar la modificación de los expedientes académicos:** Los estudiantes tienen derecho a solicitar la modificación de aquellos datos de sus expedientes académicos que consideren inexactos, engañosos o que violen sus derechos de privacidad. Los estudiantes que deseen solicitar a la Universidad la modificación de un expediente deben presentar una solicitud por escrito al funcionario de la Universidad responsable del expediente, identificando claramente la parte del expediente que desean que se modifique y especificando la razón por la que debe modificarse. Si la Universidad decide no modificar el expediente según lo solicitado, notifica al estudiante la decisión y le informa de su derecho a una audiencia con respecto a la solicitud de modificación.

3. **El derecho a dar consentimiento para la divulgación de información** Los estudiantes tienen derecho a dar su consentimiento por escrito antes de que la Universidad divulgue información de identificación personal (PII) de sus expedientes académicos, salvo en la medida en que la FERPA autorice la divulgación sin consentimiento.

   La universidad Harson divulga expedientes académicos sin el consentimiento previo por escrito del estudiante en las siguientes excepciones, entre otras, según lo autoriza la FERPA:

   - A funcionarios de la institución que tengan un interés educativo legítimo. Un funcionario de la institución es una persona empleada por la universidad Harson en un puesto administrativo, de supervisión, académico, de investigación o de personal de apoyo; una persona o empresa con la que la universidad Harson haya contratado para realizar un servicio o función institucional (por ejemplo, un abogado, un auditor o un agente de cobranza); un voluntario o un funcionario que forme parte del Consejo de Administración; o un estudiante que forme parte de un comité oficial, como un comité disciplinario o de quejas, o que ayude a otro funcionario escolar en el desempeño de sus tareas.
   - A funcionarios de otra institución educativa en la que un estudiante busca o tiene la intención de matricularse.
   - En relación con la ayuda financiera que el estudiante haya solicitado o recibido.
   - A los padres de un estudiante dependiente, según la definición del Servicio de Impuestos Internos (IRS). La Universidad requiere una copia de la declaración de impuestos federal más reciente de los padres u otra documentación apropiada para verificar la dependencia.
   - En caso de emergencia de salud o seguridad.
   - Para cumplir con una orden judicial o una citación emitida legalmente.

Información de directorio: La universidad Harson ha designado lo siguiente como «Información de directorio», que la universidad puede divulgar al público sin el consentimiento previo del estudiante:

- Nombre y correo electrónico personal o institucional del estudiante
- Carrera principal y secundaria
- Estado de inscripción (p. ej., tiempo completo, tiempo parcial)
- Fechas de asistencia
- Títulos, honores y premios recibidos
- Participación en actividades y deportes oficialmente reconocidos
- Fotografías (para fines oficiales de la universidad)
- Última institución educativa a la que asistió

Restricción de la información de directorio: El estudiante tiene derecho a restringir la divulgación de la información de directorio. Para ello, debe notificarlo por escrito a la Oficina de Registro. La solicitud de restricción se aplicará a toda la información de directorio especificada por el estudiante.

Notificación de violación de datos

En caso de una violación de datos que afecte los expedientes de los estudiantes, la universidad Harson notifica de inmediato a los estudiantes afectados, de conformidad con las leyes federales y estatales aplicables. La notificación incluye la naturaleza de la violación, los tipos de información involucrados y las medidas que los estudiantes pueden tomar para protegerse.

Los estudiantes pueden presentar solicitudes comunicándose con la Oficina del Registrador por correo electrónico, por teléfono o a través del portal estudiantil.

Política de reembolso en casos disciplinarios

La universidad Harson se reserva el derecho de imponer medidas disciplinarias —incluida la expulsión— en cualquier momento cuando la conducta lo justifique, siguiendo el debido proceso. En casos de suspensión o expulsión, se aplicará la política de reembolso vigente, y la fecha de entrada en vigor de la sanción se utilizará para cualquier cálculo correspondiente.

Política de progreso académico satisfactorio (SAP)

Propósito y alcance

La Política de progreso académico satisfactorio (SAP) describe los estándares académicos que todos los estudiantes deben cumplir para mantener su matrícula en la universidad Harson. La política se aplica a todos los estudiantes matriculados en programas de licenciatura y posgrado 100 % en línea que se imparten en español.

Promedio acumulado de calificaciones

Todos los estudiantes *de la universidad Harson* deben alcanzar y mantener el promedio acumulado de calificaciones (GPA) exigido por la universidad.

- *Los estudiantes de pregrado* deben mantener un GPA acumulativo mínimo de 2,0.
- *Los estudiantes de posgrado* deben mantener un GPA acumulativo mínimo de 3,0.

El incumplimiento de la media acumulada requerida puede dar lugar a una advertencia, a un período de prueba o a una suspensión académica, de acuerdo con la política de Progreso Académico Satisfactorio.

Índice de progreso (PACE)

Para garantizar la finalización oportuna de los programas académicos, la universidad Harson mide el ritmo de progreso de cada estudiante, conocido como PACE. Este cálculo determina si un estudiante está completando sus cursos a un ritmo suficiente para graduarse dentro del plazo máximo permitido.

El PACE se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{PACE} = \left(\frac{\text{Cumulative Credits Earned}}{\text{Cumulative Credits Attempted}} \right) \times 100$$

Los estudiantes deben mantener un PACE mínimo del 67 %, lo que significa que deben completar al menos el 67 % de todas las horas crédito semestrales cursadas. Todos los créditos cursados, incluyendo los retiros, los cursos repetidos, los incompletos y los créditos de transferencia aceptados, se incluyen en el cálculo.

El incumplimiento del PACE requerido puede dar lugar a una advertencia, período de prueba o suspensión académica según la política de Progreso Académico Satisfactorio.

Proceso de revisión del SAP y estatus académico

El SAP se revisa al final de cada semestre de 16 semanas (incluida la revisión de los resultados de inscripción para los períodos A y B de 8 semanas en cuanto al promedio de calificaciones [GPA] y el PACE de los estudiantes). Los estudiantes recibirán una notificación por escrito de su estatus académico inmediatamente después de cada semestre de 16 semanas.

Estado académico satisfactorio: El estudiante cumple con todos los requisitos de la política de SAP y se encuentra en estado académico satisfactorio.

Advertencia académica: Si un estudiante no cumple con el SAP por primera vez al concluir un semestre de 16 semanas, se le asignará una advertencia académica durante un semestre. No es necesario presentar una apelación.
Los estudiantes pueden continuar matriculados y se les recomienda reunirse con el asesor de servicios estudiantiles y el Decano Asociado si es necesario.

Suspensión académica: Si un estudiante no logra recuperar su estatus de SAP durante el semestre de advertencia académica y no presenta una apelación —o si no cumple con los términos de la probatoria académica—, será suspendido académicamente. Los estudiantes suspendidos no pueden inscribirse en clases a menos que ganen su apelación.

Probatoria académica: Si un estudiante ha apelado con éxito una infracción de SAP (ver más abajo), se le colocará en probatoria académica durante un semestre de 16 semanas o más, si se adhiere a un Plan de mejora académica. El incumplimiento de los requisitos del Plan durante cualquier semestre de 16 semanas dará lugar a una suspensión académica.

Proceso de apelación

Los estudiantes pueden apelar su suspensión debido a circunstancias atenuantes, tales como problemas médicos, dificultades personales o una emergencia familiar. La apelación debe incluir:

- Una explicación por escrito de las circunstancias
- Documentación de respaldo (p. ej., certificados médicos, expedientes legales)
- Un Plan de mejora académica elaborado junto con un asesor académico

Todas las apelaciones deben enviarse directamente a la Oficina de Registro por correo electrónico, a más tardar 30 días calendario a partir del inicio del semestre de 16 semanas siguiente a la suspensión por SAP. Si se aprueba la apelación, el estudiante quedará en período de probación académica durante un período académico. Las decisiones sobre las apelaciones de Progreso Académico Satisfactorio (SAP) normalmente se toman dentro de las 3 semanas siguientes a la presentación.

Probación académica y continuación de la matrícula

Los estudiantes en período de probación académica deben cumplir con todas las condiciones de su Plan de Mejora Académica. El incumplimiento de estas condiciones dará lugar a la expulsión académica. Los estudiantes expulsados pueden volver a solicitar la admisión después de haber estado fuera de la institución durante un año académico completo.

Expediente académico y notificaciones

Todos los estados relacionados con el SAP (período de prueba, advertencia, suspensión) se registrarán en el expediente académico oficial del estudiante. Se notificará a los estudiantes por correo electrónico y a través del portal estudiantil.

Plazo máximo (MTF)

Se espera que los estudiantes universitarios completen los requisitos de su programa de estudios dentro de un plazo razonable. El plazo máximo se evalúa según el número de créditos cursados. Los estudiantes deben completar su programa dentro del 150 % de la duración publicada del mismo.

- Licenciatura en Administración de Empresas (120 créditos): máximo de 180 créditos cursados.
- Licenciatura en Gestión de Marketing (120 créditos): máximo de 180 créditos cursados.
- Maestría en Marketing Digital (30 créditos): máximo de 45 créditos cursados.
- Maestría en Innovación y Emprendimiento (36 créditos): máximo de 54 créditos cursados.
- Maestría en Administración de Empresas (45 créditos): máximo de 67 créditos cursados.

Admisiones

Política de no discriminación

La universidad Harson se compromete a promover la igualdad de oportunidades en los programas educativos, las admisiones y el empleo. No discrimina por motivos de raza, credo, color, sexo, religión, origen nacional, edad, discapacidad, condición de veterano, estado civil, orientación sexual, identidad de género, expresión de género ni ninguna otra condición de grupo protegido, de conformidad con las leyes federales, estatales y locales aplicables en materia de no discriminación e igualdad de oportunidades.

Además, la universidad Harson garantiza que a ninguna persona calificada se le niegue el acceso, la participación o los beneficios de la universidad debido a una discapacidad. Previa solicitud, la universidad proporcionará adaptaciones adecuadas y razonables para garantizar el acceso igualitario y pleno a las oportunidades educativas, los programas y las actividades.

La universidad Harson apoya una política contra el acoso. Los estudiantes, el cuerpo docente y el personal administrativo deben trabajar juntos en un ambiente libre de toda forma de acoso, explotación o intimidación.

Política y criterios de admisión

La universidad Harson acepta solicitudes de todos los candidatos y admite a los estudiantes basándose únicamente en sus credenciales y en los estándares pertinentes de la universidad.

La universidad Harson ofrece programas de estudios de pregrado y posgrado. El proceso de admisión en la universidad Harson implica una evaluación integral para determinar si un solicitante cumple con los requisitos mínimos de la universidad. Los solicitantes deben contar con un diploma de preparatoria de EE. UU. o un título extranjero equivalente para cumplir con los criterios mínimos de admisión a un programa de licenciatura. Los solicitantes a un programa de maestría deben poseer una licenciatura de EE. UU. o un título extranjero equivalente.

La universidad Harson se reserva el derecho de denegar la admisión a cualquier estudiante cuando la universidad determine que ello no redunda en el mejor interés del estudiante o de la institución. Además, si un estudiante tiene un historial académico, de conducta o de comportamiento insatisfactorio, esto puede dar lugar a la denegación de la admisión. La universidad se reserva, asimismo, el derecho de denegar o revocar la admisión si determina que el solicitante o el estudiante representa una amenaza o perturba significativamente a la comunidad universitaria.

Los solicitantes deben presentar sus solicitudes de admisión antes del período académico previsto. Las solicitudes de admisión deben presentarse a más tardar dos semanas antes del inicio del semestre. Si el estudiante es menor de edad (menor de 18 años), se requiere la firma de un padre o tutor.

Requisitos de admisión

Programas de licenciatura

- Pagar la cuota de solicitud de 85 dólares (no reembolsable).
- Presentar una copia de una identificación con foto válida emitida por el gobierno.
- Solicitantes que solo cuenten con **título de preparatoria**:
    - Presentar una copia del expediente académico oficial de la preparatoria.
    - Presentar una copia del diploma de secundaria o del GED.
- Solicitantes con **título** de **asociado**:

- Presenta una copia de los expedientes académicos oficiales del título de asociado.

Programas de maestría

- Paga la cuota de solicitud de 85 dólares (no reembolsable).
- Presenta una copia de una identificación con foto válida emitida por el gobierno.
- Presentar una copia del expediente académico oficial de la licenciatura.
- Presentar dos (2) cartas de recomendación de supervisores, profesores o colegas de trabajo.
- Presentar un currículum vitae formal que indique la formación académica y el historial laboral completo.

Requisitos adicionales

- Los estudiantes en línea deben tener acceso a Internet de alta velocidad.
- Una vez aceptados, los estudiantes deben pagar de inmediato el primer pago de la matrícula para inscribirse en sus cursos.
- La universidad Harson ofrece sus programas en español. Los solicitantes cuya lengua materna no sea el español deben aprobar una prueba de dominio del idioma propia de la institución.

Estudiantes internacionales

La universidad Harson acepta solicitudes de estudiantes internacionales. Dado que Harson funciona como una institución en línea, los estudiantes no necesitan estar físicamente presentes en los Estados Unidos. Por lo tanto, los estudiantes internacionales no necesitan obtener una visa al inscribirse en la universidad Harson. Sin embargo, todos los estudiantes internacionales deben cumplir satisfactoriamente con los requisitos de admisión.

Para cumplir con los criterios mínimos de la universidad, los estudiantes internacionales que soliciten ingresar a programas de licenciatura deben contar con un título extranjero equivalente a un diploma de secundaria de EE. UU. En el caso de quienes soliciten ingresar a programas de maestría, los estudiantes internacionales deben poseer un título extranjero comparable a una licenciatura de EE. UU.

Los solicitantes que provengan de escuelas secundarias o instituciones de educación superior fuera de Estados Unidos deben someterse a una evaluación de sus expedientes académicos oficiales o certificados de calificaciones para determinar su equivalencia con los estudios estadounidenses. Esta evaluación debe ser realizada por una agencia certificada por la Asociación Nacional de Servicios de Evaluación de Credenciales (NACES).

Estudiantes de transferencia

Un estudiante que desee transferirse desde otra universidad o institución de educación superior debe:

- Cumplir con todos los requisitos del proceso de admisión.
- Proporcionar el programa de estudios o el catálogo de la institución, si es necesario.

Por lo general, un estudiante que reúna los requisitos para ser readmitido en su institución educativa anterior es elegible para ser admitido en la universidad Harson.

El Decano Asociado determina la equivalencia de los cursos para el reconocimiento de créditos. Todos los cursos transferidos deben haberse completado en una institución de educación superior acreditada, con una calificación mínima de «C» (2.0) para los programas de licenciatura y de «B» (3.0) para los programas de maestría.

Las materias con una calificación inferior a «C» no recibirán créditos. No se aceptan créditos por pasantías ni por cursos cooperativos con calificaciones de «aprobado/reprobado» o «satisfactorio/insatisfactorio». Es responsabilidad del estudiante confirmar si la universidad aceptará las materias.

Es posible que los estudiantes transferidos deban volver a cursar materias específicas para mantener un progreso satisfactorio en su programa académico.

Readmisión

Los exalumnos de la universidad Harson, independientemente de si han asistido posteriormente a otra institución, son candidatos a la readmisión y deben completar el proceso de solicitud de readmisión.

Los estudiantes que soliciten la readmisión deben:

- Pagar una cuota de readmisión de 50 dólares.
- Presentar una solicitud de readmisión.
- Envía los expedientes académicos de todas las instituciones a las que hayas asistido después de la universidad Harson.
- Los estudiantes que no cumplan con los requisitos académicos satisfactorios deben presentar una carta de presentación.
- Si es necesario, se realizará una entrevista con el Comité de Readmisión.

Las solicitudes deben presentarse al menos dos (2) semanas antes del inicio del semestre. El estudiante debe presentar toda la documentación requerida junto con la solicitud para convertirse en candidato a estudiante.

Los estudiantes aprobados para la readmisión deben completar un nuevo Acuerdo de Inscripción y pagar la matrícula y las cuotas de acuerdo con las tarifas vigentes al momento de la readmisión. Los estudiantes también deben cumplir con la política de progreso académico satisfactorio de la universidad, así como acatar las políticas y procedimientos de la universidad.

Política de readmisión por motivos disciplinarios

Un estudiante debe solicitar la readmisión después de haber sido dado de baja por razones disciplinarias. La política de readmisión es la siguiente:

- Los estudiantes estarán en período de prueba disciplinaria durante un (1) año académico. Si no se producen infracciones disciplinarias, el estudiante dejará de estar en período de prueba disciplinaria en el siguiente año académico.

Créditos por aprendizaje experiencial

La universidad Harson reconoce que los estudiantes pueden adquirir conocimientos y habilidades de nivel universitario a través de experiencias de aprendizaje fuera de los cursos universitarios tradicionales. A los solicitantes que reúnan los requisitos se les pueden otorgar créditos académicos por el aprendizaje previo cuando demuestren haber alcanzado resultados de aprendizaje equivalentes a los de un curso de la universidad Harson.

Se podrá considerar la concesión de créditos por el aprendizaje documentado adquirido a través de fuentes tales como:

- Empleo profesional
- Educación y capacitación militar
- Certificaciones de la industria y licencias profesionales
- Educación continua y formación ejecutiva
- Programas de desarrollo profesional

- Programas estructurados de certificación
- Experiencias de inmersión académica a nivel nacional o internacional
- Educación y capacitación patrocinadas por el empleador
- Investigación, liderazgo comunitario u otras experiencias educativas documentadas

Los créditos académicos se otorgan únicamente por el aprendizaje demostrado a nivel universitario. No se otorgan créditos únicamente por la participación, la asistencia, la experiencia laboral, la capacitación o el tiempo dedicado a una actividad.

Requisitos de elegibilidad

Los créditos por aprendizaje experiencial (CEL) están disponibles únicamente para los solicitantes que busquen ser admitidos en la universidad Harson. Las solicitudes de créditos por aprendizaje experiencial deben presentarse, evaluarse y aprobarse antes de la inscripción en el curso equivalente de la universidad Harson. Una vez que un estudiante se inscribe en un curso equivalente, ese curso ya no es elegible para recibir créditos por aprendizaje experiencial.

Proceso de evaluación

Los solicitantes deben presentar documentación que respalde la experiencia de aprendizaje, la cual puede incluir certificados, expedientes académicos, programas de estudios, resultados de aprendizaje, portafolios, proyectos de culminación, productos de trabajo profesional, verificación del empleador u otras pruebas que demuestren el logro de los resultados de aprendizaje aplicables del curso.

El cuerpo docente calificado evalúa cada solicitud utilizando métodos de evaluación adecuados a la disciplina y al curso en cuestión. Los métodos de evaluación pueden incluir la revisión de portafolios, exámenes de desafío, evaluaciones de desempeño, evaluación de trabajos profesionales, proyectos finales, presentaciones orales u otros métodos de evaluación aprobados. El cuerpo docente utiliza criterios de evaluación estandarizados alineados con los resultados de aprendizaje del curso equivalente de la universidad Harson.

Concesión de créditos

Los créditos por aprendizaje experiencial se otorgan únicamente cuando el cuerpo docente calificado determina que el solicitante ha demostrado haber alcanzado los resultados de aprendizaje del curso equivalente de la universidad Harson. Los créditos se registran en el expediente académico del estudiante como créditos de transferencia o de aprendizaje experiencial, según corresponda. Los créditos por aprendizaje experiencial no reciben una calificación con letra y no se incluyen en el promedio acumulado de calificaciones del estudiante, a menos que la política de la universidad disponga lo contrario.

Apelaciones

Los solicitantes que deseen apelar una decisión sobre créditos de aprendizaje experiencial deben presentar una apelación por escrito al Decano Asociado dentro de los 15 días hábiles siguientes a la recepción de la decisión. La apelación debe incluir los fundamentos de la solicitud y cualquier documentación de respaldo adicional. Se llevará a cabo una revisión independiente a cargo de un miembro del cuerpo docente calificado o un experto en la materia que no haya participado en la evaluación original. La decisión sobre la apelación constituye la resolución definitiva de la Universidad.

Política de verificación de identidad de los estudiantes

La universidad Harson verifica la identidad de todos los estudiantes que presentan solicitud, se inscriben y participan en actividades académicas mediante un proceso de verificación estructurado.

Verificación en el momento de la admisión

Todos los solicitantes deben presentar una identificación válida con foto emitida por el gobierno como parte del proceso de admisión. El documento debe incluir el nombre legal completo del solicitante, el número de documento, la fecha de nacimiento, una fotografía y la fecha de vencimiento. El personal de admisiones revisa y valida la identificación para garantizar que coincida con la información proporcionada en la solicitud. Cuando surjan inconsistencias, la Universidad podrá solicitar una confirmación por video en vivo o documentación adicional antes de que se finalice la admisión.

Los documentos de identificación aceptables incluyen:

- Pasaporte
- Identificación emitida por el gobierno
- Licencia de conducir

Si se detectan discrepancias, el personal de admisiones puede solicitar:

- Una videollamada en vivo
- Prueba de domicilio o identificación secundaria
- Verificación de la firma

Verificación después de la inscripción

Una vez admitido, cada estudiante recibe un correo electrónico institucional único, un nombre de usuario y una contraseña que le otorgan acceso a Harson+ (el sistema de gestión del aprendizaje) y a Academia (el sistema de información estudiantil). Los estudiantes deben cambiar la contraseña inicial al iniciar sesión por primera vez. El sistema de gestión del aprendizaje (LMS) registra automáticamente las ubicaciones de inicio de sesión, la información del dispositivo, las marcas de tiempo de las actividades y el historial de envíos para detectar irregularidades y proteger la identidad de los estudiantes.

Verificación continua de identidad

A lo largo de sus estudios, los estudiantes deben autenticar su identidad durante las interacciones académicas clave. Los cursos que incluyen evaluaciones supervisadas requieren que los estudiantes verifiquen su identidad mediante supervisión remota en vivo con el software automatizado de verificación de identidad Proctorizer. Las actividades seleccionadas para este software representan la validación de los objetivos de aprendizaje relevantes para el curso.

Además, las sesiones sincrónicas se llevan a cabo a través de Zoom, donde el profesor se conecta mediante una cuenta administrativa, y los estudiantes deben registrar sus nombres completos para su identificación formal dentro del salón de clases virtual.

El profesorado también verifica la identidad mediante el seguimiento de la participación y la interacción por video. Los estudiantes deben mantener una foto de perfil actualizada en el Sistema de Gestión del Aprendizaje (LMS).»

Protección de la información de identidad

La universidad almacena todos los documentos de identificación y datos de autenticación de manera segura, con cifrado, y restringe el acceso al personal institucional autorizado. La universidad Harson no comparte la información de identidad de los estudiantes con terceros, a menos que así lo exija la ley.

Responsabilidades

Las responsabilidades de verificación son compartidas por toda la institución. La Oficina de Admisiones lleva a cabo la verificación inicial, la Secretaría Académica garantiza la coherencia de los registros, el cuerpo docente confirma la identidad durante las actividades académicas y el Departamento de TI mantiene sistemas de autenticación seguros.

Incumplimiento

Cualquier intento de suplantación de identidad o acceso no autorizado viola la integridad académica y puede dar lugar a medidas disciplinarias, tales como la calificación de reprobado en el curso, la suspensión, la expulsión o la remisión a las autoridades legales.

Política de requisitos tecnológicos

La universidad Harson ha establecido los siguientes requisitos tecnológicos mínimos para los estudiantes. Estas especificaciones garantizan que los estudiantes cuenten con las herramientas y la conectividad necesarias para participar plenamente en las actividades académicas, acceder a los recursos digitales y participar en la impartición de la enseñanza.

Requisitos de hardware

Los estudiantes deben tener acceso personal a una computadora de escritorio o portátil. Se pueden utilizar dispositivos móviles (tabletas o teléfonos inteligentes) con funcionalidad limitada.

Especificaciones mínimas:

- Procesador: 1,5 GHz o superior
- Memoria: 8 GB de RAM (se acepta un mínimo de 4 GB)
- Almacenamiento: 128 GB o más
- Cámara web integrada o externa
- Micrófono y altavoces o audífonos

Conexión a Internet

Los estudiantes deben contar con un acceso confiable a Internet para participar en las actividades de aprendizaje en línea.

Requisitos mínimos:

- Velocidad de Internet de 5 Mbps
- Conexión estable para sesiones sincrónicas (en vivo)

Recomendado:

- 10 Mbps o más para un rendimiento óptimo

Requisitos de software

Los estudiantes deben tener acceso al siguiente software:

Sistemas operativos:

- Windows 10 o superior
- macOS 10.13 o superior
- Android o iOS (para acceso móvil limitado)

Navegadores web (se recomienda la última versión):

- Google Chrome
- Microsoft Edge
- Mozilla Firefox
- Safari

Herramientas de productividad

- Software de procesamiento de texto (p. ej., Microsoft Word o equivalente)
- Software de hojas de cálculo (p. ej., Excel o equivalente)
- Lector de PDF (p. ej., Adobe Acrobat)

Seguridad

- Software antivirus actualizado (recomendado)

Plataformas y herramientas académicas

Los estudiantes deben acceder y utilizar las siguientes plataformas institucionales:

- Sistema de gestión del aprendizaje (LMS): Moodle / Academia
- Plataforma de aula virtual: Zoom
- Correo electrónico institucional y herramientas de comunicación

Los estudiantes son responsables de asegurarse de poder acceder y utilizar eficazmente estos sistemas.

Recomendaciones adicionales

Para mejorar la experiencia de aprendizaje, se recomienda a los estudiantes que:

- Utilicen audífonos o auriculares durante las sesiones en vivo
- Mantener todo el software actualizado
- Limiten el uso simultáneo de aplicaciones durante las clases
- Preferir el uso de una computadora de escritorio o portátil en lugar de dispositivos móviles

Finanzas

Matrícula y cuotas

La universidad Harson ofrece tres (3) programas de posgrado (maestrías) y dos (2) programas de pregrado (licenciaturas). Véase a continuación:

Licenciatura en Ciencias en Administración de Empresas

Créditos	Costo por crédito	Costo total	Duración aproximada
120	$166.67	$20,000	40 meses*

Licenciatura en Gestión de Marketing

Créditos	Costo por crédito	Costo total	Duración aproximada
120	$166.67	$20,000	40 meses*

Maestría en Marketing Digital

Créditos	Costo por crédito	Costo total	Duración aproximada
30	555,56	$16 667	10 meses*

Maestría en Innovación y Emprendimiento G

Créditos	Costo por crédito	Costo total	Duración aproximada
36	555,56	$20,000	12 meses*

Maestría en Administración de Empresas (MBA)

Créditos	Costo por crédito	Costo total	Duración aproximada
45	555,56	$25 000	16 meses*

*Duración aproximada del programa calculada en base a un estudiante de tiempo completo con 12 horas crédito semestrales por semestre.

Cuotas no relacionadas con la matrícula

Otras cuotas que pagan los estudiantes y que no están relacionadas con la matrícula. Véase a continuación:

Cuota de solicitud	
Cuota de solicitud	85 $ [1]
Cuota de reinscripción	50 $ [2]
Cuota por pago atrasado	$50 [3]
Cuota por cambio de programa	$50
Cargo por emisión de documento oficial (copia digital)	$50 [4]
Tasa de graduación	$200

1 Cuota única (no reembolsable).
2 Debes completar un nuevo Acuerdo de inscripción y se te cobrarán la matrícula y las cuotas correspondientes al momento de la readmisión.
3 Puede cobrarse más de una vez durante el semestre.
4 Disponible solo si ya se ha pagado la cuota de graduación. Documentos disponibles: expediente académico oficial o diploma.

Becas

Descripción general

La universidad Harson ofrece un número limitado de becas institucionales diseñadas para apoyar a los estudiantes que demuestren un sólido desempeño académico, logros profesionales significativos o necesidad económica. Las becas se otorgan al momento de la admisión o durante la matrícula del estudiante, dependiendo del tipo de beca. Todas las becas reducen el costo total del programa que se le cobra al estudiante y se documentan mediante una carta formal de concesión de beca que identifica claramente el monto de la beca y su efecto en las obligaciones de matrícula.

Cómo postularse

Los candidatos interesados en solicitar una beca deben completar un formulario de solicitud de beca, el cual es proporcionado por el equipo de ventas durante el proceso de reclutamiento. Una vez que se identifica a un futuro estudiante y este avanza en el proceso de admisión, la Oficina de Admisiones recopila toda la documentación requerida, incluida la solicitud de beca.

El proceso de solicitud es el mismo para todas las becas. Los solicitantes deben presentar lo siguiente:

- Nombre de la organización en la que el solicitante trabajó o participó
- Cargo que ocupó
- Fechas en las que ocupó el puesto o tuvo la experiencia
- Breve descripción de las responsabilidades
- Un ensayo en el que se explique el impacto generado, en consonancia con la beca específica a la que se postula el solicitante (máximo 300 palabras)

Las solicitudes pueden presentarse en uno de estos dos formatos:

- Un ensayo escrito
- Un video breve en el que se explique la experiencia y el impacto del solicitante

Tipos de becas

La universidad Harson ofrece las siguientes becas institucionales. Todas las becas se otorgan por mérito o por necesidad, según se define a continuación.

Becas por mérito

Las becas por mérito se otorgan en función de logros académicos definibles y verificables, logros profesionales o excelencia demostrada alineada con los resultados del programa. Los criterios pueden incluir un umbral mínimo de promedio de calificaciones (GPA), la consecución de logros profesionales significativos relevantes para el programa de estudios, la presentación de un portafolio, un currículum vitae o una declaración que demuestre excelencia académica o liderazgo, o evidencia de premios, certificaciones o reconocimientos en el campo del solicitante.

Las solicitudes de becas por mérito son evaluadas por el Comité de Revisión de Becas, que está integrado por el director ejecutivo, el secretario académico y un miembro del equipo de liderazgo académico. Los miembros del comité califican de manera independiente las solicitudes utilizando una rúbrica aprobada por la institución que asigna puntuaciones ponderadas a los criterios académicos, los logros profesionales, las cartas de presentación y la documentación de respaldo. Posteriormente, el comité llega a una decisión consensuada basada en los resultados de la rúbrica.

Las siguientes becas se otorgan por mérito:

- **Beca de Excelencia Académica**: Disponible para candidatos con un sólido expediente académico y logros académicos demostrados. Se requiere un promedio de calificaciones (GPA) mínimo de 3,5 para los solicitantes de pregrado; los solicitantes de posgrado deben presentar un GPA mínimo de 3,7. Los solicitantes deben presentar expedientes académicos oficiales o no oficiales para verificar su desempeño académico.
- **Beca Profesional Global**: Diseñada para profesionales con al menos un año de experiencia en empresas internacionales o multinacionales. Se valorará la comprensión del entorno empresarial global y la capacidad de desenvolverse en contextos multiculturales. Los solicitantes deben presentar un currículum vitae actualizado para verificar la experiencia profesional relevante.
- **Beca «Espíritu Emprendedor**»: Para candidatos que hayan liderado, participado o desarrollado proyectos emprendedores. Ideal para quienes piensan de manera creativa y ponen en práctica ideas con iniciativa e innovación. Los solicitantes deben presentar un currículum actualizado y describir su experiencia emprendedora en el ensayo de solicitud.
- **Beca de Liderazgo Futuro:** Se otorga a estudiantes con habilidades naturales de liderazgo demostradas en contextos profesionales, sociales o comunitarios. Busca inspirar a quienes motivan y movilizan a otros con su visión.
- **Beca** para **líderes ejecutivos**: Para profesionales con experiencia ejecutiva, como vicepresidentes o cargos equivalentes, que hayan liderado equipos internacionales y contribuido al desarrollo estratégico de sus organizaciones. Los solicitantes deben presentar un currículum actualizado para documentar su experiencia a nivel ejecutivo y sus responsabilidades de liderazgo.
- **Beca de Impacto Social:** Se otorga a candidatos que demuestren contribuciones cuantificables a sus comunidades o un fuerte compromiso con la generación de un impacto social positivo. Los solicitantes deben presentar evidencia de su participación y una explicación clara de cómo utilizarán su título para seguir contribuyendo a la sociedad.

Documentación de la concesión de la beca

Por cada beca otorgada, la universidad Harson emite una carta formal de concesión de beca que incluye lo siguiente:

- El monto total de la matrícula del programa del estudiante
- El monto de la beca otorgada
- La matrícula ajustada resultante que el estudiante está obligado a pagar
- Si la beca se aplica a todo el programa o a un conjunto específico de cursos
- Cualquier condición para mantener la elegibilidad, como un promedio de calificaciones (GPA) mínimo o la inscripción continua

Resumen de derechos de facturación

Si un estudiante considera que el saldo de su cuenta es incorrecto o desea obtener más información sobre una transacción en su cuenta, puede comunicarse con la Oficina de Servicios Estudiantiles a través de services@harsonuniversity.com.

Por favor, incluya la siguiente información en el correo electrónico:

- Nombre del estudiante.
- Número de identificación del estudiante.
- Breve descripción de la solicitud, pregunta o consulta.

Los estudiantes también pueden llenar un formulario de consulta en el portal de estudiantes de Academia.

Los estudiantes no tienen que pagar el monto en cuestión mientras la universidad investiga, pero deben pagar la parte de la factura que no está en disputa.

Política de pago

Las cuotas aplicables deben pagarse en su totalidad antes del inicio de cada semestre académico o mensualmente, según lo seleccionado durante el proceso de inscripción. Los estudiantes recibirán notificaciones sobre el saldo de su cuenta y comunicaciones oficiales a través de todos los canales de comunicación aprobados. Los estudiantes deben acceder a su portal financiero en Academia para realizar pagos o revisar su historial de transacciones.

- Las cuentas se consideran al día si cumplen con los siguientes criterios:
- Los estudiantes no tienen saldo pendiente por ningún cargo que haya superado su fecha de vencimiento.
- Los estudiantes están al día con su plan de pago aprobado.

Saldos pendientes

La universidad Harson brinda conocimientos, habilidades y valores de educación superior alineados con el mercado mediante el desarrollo de la creatividad, la tecnología, el éxito empresarial y la capacitación laboral. Como tal, la universidad ha desarrollado una estructura de matrícula y cuotas accesible para permitir que los estudiantes se concentren principalmente en su educación. Sin embargo, los estudiantes son responsables de cumplir con las obligaciones financieras asociadas a su educación. Se aplicará una retención financiera a la cuenta del estudiante si tiene un saldo pendiente de pago.

Los estudiantes deben comunicarse con finance@harsonuniversity.com o services@harsonuniversity.com lo antes posible para resolver cualquier saldo pendiente en sus cuentas.

Política de cobro

La política de cobro de la universidad Harson se activa cuando ocurre cualquiera de las siguientes situaciones:
El estudiante tiene un saldo pendiente al final de un semestre de 16 semanas.

- El estudiante no cumple con un plan de pago establecido.
- El estudiante no paga el saldo restante antes de las fechas de vencimiento, después de que se hayan aplicado los fondos de la beca.
-

Si se presenta alguna de estas circunstancias, la Universidad dará de baja administrativamente al estudiante de su matrícula actual y cancelará cualquier inscripción futura en cursos. A continuación, el estudiante será remitido a una agencia de cobro o a una agencia de informes crediticios en su país de residencia (pueden aplicarse costos adicionales, y los saldos pendientes pueden ser reportados a las agencias de crédito nacionales). Una vez que la cuenta se transfiera a una agencia de cobro, toda la comunicación relacionada con la deuda será gestionada directamente por dicha agencia.

Política de cancelación

Los estudiantes tienen cinco días calendario después de firmar el Acuerdo de Inscripción Estudiantil para cancelar cualquier obligación, incluyendo la matrícula y las cuotas. Los estudiantes que se retiren después del plazo de cancelación de cinco días calendario, pero antes de la fecha de inicio de su primer período académico, recibirán un reembolso del 100 % de la matrícula; sin embargo, la Universidad retendrá la cuota de solicitud. La notificación de cancelación puede presentarse en persona, por correo certificado, o por correo electrónico o correo postal dirigido a la Oficina del Registrador: registrar@harsonuniversity.com .

Política de reembolso

Los estudiantes que se retiren durante el período oficial de retiro de un período académico de 8 semanas (por ejemplo, el período de inscripción y cancelación de cursos) recibirán un reembolso del 100 % de la matrícula de ese período. El período oficial de retiro comienza el primer día de clases y termina el domingo de la segunda (2.ª) semana del período académico. Los estudiantes que se retiren después de la conclusión del período oficial de retiro de un período académico no recibirán ningún reembolso de la matrícula ni de las cuotas aplicables a ese período. Todos los reembolsos aplicables se realizan dentro de los 30 días siguientes a la fecha oficial de retiro o a la fecha de determinación del retiro administrativo (si corresponde). A los estudiantes se les otorga un reembolso del 100 % de cualquier matrícula pagada por períodos futuros de 8 semanas que no hayan comenzado a la fecha del retiro.

Ejemplo de cálculo de reembolso: Si un estudiante se inscribió en dos cursos para el período actual de 8 semanas, pagó por adelantado el período y luego se retiró el martes de la semana 3, no recibirá ningún reembolso por el período actual.

Cuerpo docente

La universidad Harson es una institución centrada en los estudiantes e impulsada por su misión, que prepara a profesionales exitosos para enfrentar los desafíos de una sociedad altamente competitiva e impulsada por el conocimiento, que exige mejoras económicas y una gran responsabilidad social y ambiental.

Cuerpo docente	Educación
Ana Cristina Archilla	• Doctorado en Derecho. Facultad de Derecho de la Universidad Interamericana, San Juan, Puerto Rico. • Programa de Derecho de Familia, Constitucional y Penal en Cuba. Facultad de Derecho de la Universidad Interamericana, La Habana, Cuba • Licenciatura en Literatura Inglesa (Escritura Creativa) y Francés. Agnes Scott College, Decatur
Betzabel García	• Especialización en Emprendimiento, Escuela Internacional de Negocios ADEN, Universidad George Washington, Facultad de Negocios • Maestría en Educación e Investigación, Universidad del Istmo • Doctorado en Administración de Empresas, Universidad ADEN • Coach ejecutiva profesional, Association for Coaching, Londres, Escuela Internacional de Negocios ADEN. • Maestría en Organización Empresarial, Universidad Latina de Panamá • Licenciatura en Administración de Empresas con especialización en Marketing, Universidad Latina de Panamá
Denisse Nazario	• Doctorado en Educación (Ed.D.) en Tecnología Educativa y Educación a Distancia, Universidad Nova Southeastern, Fort Lauderdale, FL • Maestría en Ciencias en Educación para Estudiantes con Necesidades Especiales, Universidad Nova Southeastern, Fort Lauderdale, FL. • Maestría en Salud Pública – Universidad de Puerto Rico, Río Piedras, PR. • Licenciatura en Ciencias de la Salud y Administración, Universidad de Puerto Rico, Río Piedras, PR.
Edgar Martínez	• Maestría en Administración de Empresas (MBA) en Gestión Internacional, Escuela Thunderbird de Gestión Global, Phoenix, Arizona. • Licenciatura en Gestión de Sistemas y Organizaciones, Universidad Politécnica de Puerto Rico, Miami, Florida • Técnico Superior en Informática, IUTAJS, Caracas, Venezuela.

Elio Acosta	• Doctorado en Administración de Empresas (DBA) – Marketing, Universidad de San Ignacio, Miami, Florida. • Maestría en Administración de Empresas, Universidad Nova Southeastern, Miami, Florida. • Licenciatura en Tecnología de Ingeniería Industrial, Universidad Internacional de Florida, Miami, FL.
Emperador Pérez	• Doctorado en Administración de Empresas (DBA). Universidad Internacional Marconi. Miami, FL. • Doctorado en Economía Empresarial. Universidad Internacional del Atlántico, Honolulu, Hawái. • Maestría en Administración de Empresas, especialización en Liderazgo para Gerentes. Universidad Keiser, Fort Lauderdale, Florida. • Licenciatura en Administración de Empresas, especialización en Gestión. Universidad Keiser, Fort Lauderdale, FL.
Ernesto Germán	• Maestría en Administración de Empresas, Instituto de Estudios Superiores en Administración. • Licenciatura en Ingeniería Mecánica. Universidad de Boston.
Fernando Torres	• Doctorado en Ciencias Humanas. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. • Maestría en Administración de Empresas. Mención en Gestión Industrial. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. • Economista. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Frederick Vega	• Maestría en Derecho (LL.M.), Facultad de Derecho de Strathclyde, Reino Unido. • Doctor en Derecho (J.D.), Facultad de Derecho de la Universidad de Puerto Rico • MBA, Universidad de Long Island, Nueva York • Licenciatura en Administración de Empresas, Campus de la Universidad de Puerto Rico
Germán González Fernández	• Maestrías en Gestión Educativa, Universidad Europa de Madrid, Santiago, Chile • Maestría en Gestión Comercial y Mercadotecnia, Universidad Europa de Madrid, Santiago, Chile • Maestría en Economía, Universidad Andrés Bello, Santiago, Chile • Licenciatura en Economía, Universidad Andrés Bello, Santiago, Chile
Jaime Torres	• Doctorado en Estrategias Empresariales, con especialización en Negocios Internacionales e Interregionales, Universidad Interamericana de Puerto Rico, Campus Metro • Maestría en Administración de Empresas, con especialización en Finanzas, Universidad de Puerto Rico, Campus Metro • Licenciatura en Administración de Empresas, con especialización en Finanzas
John Jairo Castro	• Doctor en Educación, Universidad Benito Juárez G. • Doctor en Ingeniería, Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM).

	• Maestría en Herramientas de Ciencia y Tecnología, Universidad Francisco de Paula Santander • Maestría en Ingeniería Industrial, Universidad de Pamplona • Especialización en Educación, Universidad Francisco de Paula Santander • Especialización en Ciberseguridad, Institución Universitaria de Ciencias de la Computación UNINPAHU • Ingeniero electromecánico, Universidad Francisco de Paula Santander.
José Méndez Cruz	• Doctorado en Administración de Empresas y Liderazgo Global. Universidad Keiser. Miami, FL. • Maestría en Psicología Industrial y Organizacional. Universidad Carlos Albizu, San Juan, Puerto Rico • Licenciatura en Psicología Industrial y Organizacional. Universidad de Puerto Rico, Arecibo, Puerto Rico.
José Rodrigo Pons	• Doctorado en Gestión Internacional e Interregional, Programa de Doctorado de la Universidad Interamericana, Campus Metro • Doctorado en Administración de Empresas (DBA) en Recursos Humanos (ABD), Universidad de Phoenix, Arizona. • MBA en Gestión, Universidad de Turabo, Gurabo, PR. Licenciatura en Ingeniería Industrial y de Sistemas, Universidad de Puerto Rico.
Liliana Gordillo	• Doctorado en Gestión y Mercadotecnia, Universidad Autónoma Popular del Estado de Puebla, Puebla, México. • Maestría en Administración con especialización en Formación en Organizaciones, Universidad Autónoma de Chiapas, Chiapas, México. • Licenciatura en Contabilidad Pública, Universidad Autónoma de Chiapas, Chiapas, México.
Miguel Buleje	• Doctorado en Ciencias de la Información Computacional, Universidad Nova Southeastern. • Maestría en Administración de Empresas (MBA), Escuela de Ciencias Aplicadas de la NTU • Maestría en Ciencias en Ciberseguridad y Garantía de Calidad, Instituto Tecnológico de Florida • Licenciatura en Ingeniería Informática, Universidad Internacional de Florida
Ovelio Hernández	• Doctorado en Ciencias de la Administración de la Universidad Rafael Belloso Chacín. • Maestría en Banca y Finanzas de la Universidad Rafael Urdaneta • Licenciatura en Economía de la Universidad del Zulia (LUZ)
Óscar Paredes	• Maestría en Arte en Educación de la Universidad Interamericana de Puerto Rico. • Licenciatura en Administración de Empresas y Licenciatura en Ciencias en Administración de Empresas con especialización en

	Sistemas de Información Gerencial, Universidad Interamericana de Puerto Rico.
Pablo Gumiel Campos	• Doctorado en Historia del Arte con mención Cum Laude. Universidade Nova de Lisboa (UNL). • Maestría en Historia y Humanidades Digitales. Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (UPO). • Maestría en Estudios Avanzados de Arte Español con mención europea en Arte Medieval. Universidad Complutense de Madrid (UCM). • Licenciatura en Historia del Arte. Universidad Autónoma de Madrid (UAM).
Perfecto García	• Maestría en Administración de Empresas, especialidad en Marketing, Campus Metropolitano de la UAGM • Licenciatura en Gestión Industrial, especialización en Marketing, Campus de Mayagüez
Richard López	• Maestría en Artes en Inglés, Universidad Nacional, California. • Maestría en Estudios Cinematográficos, Universidad Nacional, California. • Licenciatura en Inglés, Universidad Internacional de Florida, FL. • Licenciatura en Español, Universidad Internacional de Florida, FL.
Tomás Fontaines	• Doctorado en Ciencias Humanas. Universidad del Zulia, Venezuela. • Maestría en Orientación, con especialización en Educación. Universidad Rafael Urdaneta. • Licenciatura en Educación, especialización en Ciencias Pedagógicas. Universidad del Zulia, Venezuela.
Wileidys Artigas Morales	• Doctorado en Ciencias Sociales y Administración, Universidad del Zulia, • Maestría en Administración de Empresas, Universidad del Zulia, • Maestría en Gestión del Desarrollo Local, Instituto de Estudios Bursátiles de Madrid. • Afiliada a la Universidad Complutense de Madrid • Licenciada en Administración de Empresas, Universidad del Zulia

Biblioteca digital

LIRN (Red de Bibliotecas y Recursos de Información)

La universidad Harson se compromete a brindar a los estudiantes acceso a una amplia gama de recursos de información para apoyar sus actividades académicas. La biblioteca digital LIRN (Red de Recursos Bibliotecarios e Informativos) es un valioso recurso en línea que ofrece una gran variedad de materiales educativos, bases de datos de investigación y recursos digitales. Algunos de los recursos digitales incluyen:

- Emerald Publishing
- Fundación Gale
- Infobase
- ProQuest

La biblioteca de la LIRN también ofrece servicios bibliotecarios en diferentes idiomas para ayudar a los estudiantes y al cuerpo docente con sus investigaciones o a encontrar libros electrónicos u otros materiales de apoyo.

Acceso a la Biblioteca LIRN

Todos los estudiantes matriculados tienen acceso a la Biblioteca LIRN mediante su identificación de estudiante.
Los recursos de la Biblioteca LIRN están destinados exclusivamente a la investigación académica y con fines educativos. Los usuarios deben cumplir con las leyes de derechos de autor y los acuerdos de licencia al utilizar los materiales de la Biblioteca LIRN. Se prohíbe copiar o distribuir contenido protegido por derechos de autor más allá del uso justo o de los términos de la licencia.
Los usuarios deben abstenerse de cualquier actividad que pueda comprometer la integridad de la Biblioteca LIRN o violar sus términos de uso. Esto incluye, entre otras cosas, compartir sin autorización las credenciales de acceso y descargar volúmenes excesivos de contenido.

Instalaciones físicas

La universidad cuenta con un entorno físico y digital en el que los estudiantes, el cuerpo docente, el personal y los sistemas tecnológicos interactúan para crear experiencias más inmersivas y automatizadas. Harson ha combinado infraestructura y hardware con y sin cable para respaldar un concepto de campus inteligente que utiliza puntos de acceso, reduce los costos operativos y respalda la toma de decisiones basada en datos, entre otros componentes esenciales.

La misión de la universidad Harson promueve la alineación con el mercado global a través de la creatividad, la tecnología, la visión empresarial y la preparación para el mundo laboral; por eso, la creación de un campus inteligente es una de las estrategias que utiliza la universidad Harson para ampliar la experiencia educativa de los estudiantes. La universidad cuenta con un entorno físico y digital en el que los estudiantes, el cuerpo docente, el personal y los sistemas tecnológicos interactúan para crear experiencias más inmersivas y automatizadas. Harson ha combinado infraestructura y hardware con y sin cable para respaldar el concepto de campus inteligente mediante el uso de puntos de acceso, sensores y dispositivos de IoT con el fin de mejorar la seguridad, reducir los costos operativos y respaldar la toma de decisiones basada en datos, entre otros componentes esenciales.

Horario de atención

El horario de atención de la universidad Harson se basa en la hora estándar del este (EST), que también se utiliza en Canadá. Este huso horario abarca la totalidad o parte de 23 estados de Estados Unidos y tres provincias o territorios de Canadá.

El horario de atención de la universidad es el siguiente:

Oficinas administrativas

- De lunes a jueves, de 9:00 a. m. a 5:30 p. m.
- Viernes, de 9:00 a. m. a 4:00 p. m.

Clases en línea sincrónicas

- Programas de posgrado: dos veces por semana, de 6:00 p. m. a 9:50 p. m.
- Programas de pregrado: tres veces por semana, de 6:00 p. m. a 9:50 p. m.
  Durante el horario de verano
- Programas de posgrado: dos veces por semana, de 7:00 p. m. a 10:50 p. m.
- Programas de pregrado: tres veces por semana, de 7:00 p. m. a 10:50 p. m.

Asistencia al estudiante

De lunes a viernes, de 9:00 a. m. a 9:00 p. m.

Asistencia en la biblioteca (LIRN)

- De lunes a viernes, de 8:00 a. m. a 10:00 p. m.
- Sábados y domingos: de 12:00 p. m. a 7:00 p. m.

Días festivos

La universidad Harson observa los siguientes días festivos durante el calendario académico:

Día festivo	Fecha
Día de Martin Luther King	19 de enero de 2026
Día de los Presidentes	16 de febrero de 2026
Vacaciones de verano	27 de abril – 2 de mayo de 2026
Día de los Caídos	25 de mayo de 2026
Día de la Emancipación	19 de junio de 2026
Día de la Independencia	4 de julio de 2026
Vacaciones de otoño	24 de agosto – 30 de agosto de 2026
Día del Trabajo	7 de septiembre de 2026
Día de los Veteranos	11 de noviembre de 2026
Día de Acción de Gracias	26 de noviembre – 27 de noviembre de 2026
Vacaciones de invierno	21 de diciembre – 3 de enero de 2027
Navidad	24 de diciembre – 25 de diciembre de 2026
Año Nuevo	31 de diciembre de 2026 – 1 de enero de 2027

Servicios para estudiantes

La universidad Harson se compromete a fomentar un ambiente educativo inclusivo y solidario que permita a los estudiantes alcanzar sus metas académicas y personales. La Política de Servicios Estudiantiles de la universidad Harson describe los diversos servicios de apoyo disponibles para los estudiantes, asegurando que reciban asistencia y orientación integrales a lo largo de su trayectoria académica. La política refleja el compromiso de la universidad con el éxito de los estudiantes. Alentamos a los estudiantes a aprovechar al máximo estos servicios para maximizar su experiencia educativa.

Todos los servicios de apoyo al estudiante cumplen con las regulaciones federales y estatales aplicables, así como con las políticas y directrices de la universidad.

La universidad mantiene la confidencialidad de los expedientes y la información de los estudiantes de conformidad con las leyes de privacidad pertinentes.

Los estudiantes pueden comunicarse con el asesor de servicios estudiantiles en services@harsonuniversity.com.

Tutoría y recursos académicos

La Universidad ofrece servicios de tutoría y talleres académicos, incluidas sesiones de técnicas de estudio, para apoyar el éxito académico de los estudiantes y ayudarlos a mejorar sus estrategias de aprendizaje. Los estudiantes pueden solicitar tutoría a través del asesor de servicios estudiantiles.

Orientación académica

En la universidad Harson, la orientación académica es una parte integral del proceso educativo. La universidad brinda apoyo integral, orientación y recursos para garantizar que la experiencia académica de cada estudiante sea exitosa y personalmente satisfactoria, y alienta a todos los estudiantes a aprovechar al máximo estos servicios mientras persiguen sus aspiraciones educativas y profesionales.

La orientación en la universidad Harson incluye:

- Enfoque integral: La orientación toma en cuenta no solo las metas educativas de los estudiantes, sino también sus intereses individuales, sus aspiraciones profesionales y su crecimiento personal.
- Planes académicos: Los estudiantes reciben ayuda para crear planes académicos claros y personalizados que trazan todo su recorrido académico y los mantienen en el camino correcto.
- Opciones de carrera: Los estudiantes reciben orientación e información para ayudarlos a elegir entre los programas de carrera, ya sea que aún estén explorando opciones o que ya se hayan decidido.
- Establecimiento de metas académicas: Los estudiantes definen metas académicas y profesionales a corto y largo plazo con orientación, asegurándose de que sus decisiones académicas se alineen con sus objetivos futuros.
- Más allá de lo académico: El servicio de orientación reconoce que la experiencia del estudiante va más allá de los estudios y ofrece orientación para equilibrar las exigencias de la vida de manera que se fomente el crecimiento personal y el bienestar.
- La Universidad considera que el éxito de los estudiantes es el éxito de la institución y los apoya desde su ingreso hasta su graduación y más allá. Su compromiso no termina con la graduación; la Universidad también fomenta el aprendizaje permanente y el desarrollo profesional.

En la universidad Harson, consideramos que el éxito de los estudiantes es el éxito de la institución. Nos enfocamos en el recorrido educativo de los estudiantes desde el momento en que pisan el campus hasta que se gradúan y más allá.

El compromiso de la universidad Harson con el éxito académico de los estudiantes no termina con la graduación, sino que también fomenta el aprendizaje permanente y el desarrollo profesional.

Seguimiento del progreso de los estudiantes

El asesor de servicios estudiantiles supervisa el progreso académico de los estudiantes y está disponible para abordar cualquier dificultad que estos puedan enfrentar. Los estudiantes pueden comunicarse con el asesor de servicios estudiantiles en cualquier momento de su trayectoria académica para recibir orientación, soluciones y apoyo oportuno.

Servicios de orientación profesional

La educación no solo consiste en adquirir conocimientos, sino también en prepararse para una carrera profesional satisfactoria y exitosa. La universidad Harson ofrece los siguientes servicios de orientación profesional:

- Elaboración de currículums y portafolios: Los estudiantes reciben ayuda para redactar currículums que destaquen sus logros y para desarrollar portafolios profesionales.
- Preparación para entrevistas: Los estudiantes reciben consejos, comentarios y recursos para mejorar sus habilidades en las entrevistas e interactuar con confianza con posibles empleadores.
- Los estudiantes pueden solicitar apoyo de los servicios de orientación profesional a través del asesor de servicios estudiantiles.

Colocación laboral

La universidad Harson no ofrece servicios directos de colocación laboral. Los estudiantes y exalumnos también tienen acceso a la plataforma Universia, que ofrece recursos y oportunidades para la búsqueda de empleo y el desarrollo profesional.

La universidad Harson ofrece orientación en la búsqueda de empleo; sin embargo, la universidad no garantiza la colocación laboral. Además, completar un curso o programa en un idioma distinto al inglés puede reducir las oportunidades de empleabilidad en sectores donde el inglés es un requisito.

Servicios de apoyo para personas con discapacidad

La universidad Harson se compromete a promover un entorno de aprendizaje inclusivo y accesible en el que todos los estudiantes, independientemente de sus capacidades o limitaciones, puedan participar plenamente, involucrarse y sobresalir. Esta Política de Discapacidad describe nuestro compromiso de apoyar a los estudiantes con discapacidad y garantizar la igualdad de acceso a las oportunidades educativas.

Adaptaciones razonables: La universidad ofrece adaptaciones razonables a los estudiantes con discapacidad para garantizar su acceso a la educación, incluidas las actividades académicas, curriculares y extracurriculares. Los estudiantes con discapacidad pueden solicitar dichas adaptaciones comunicándose con la Oficina de Servicios Estudiantiles (services@harsonuniversity.com). Las solicitudes de adaptaciones deben realizarse con anticipación para garantizar su implementación oportuna. Las adaptaciones se determinan de manera individual, tomando en cuenta las necesidades y requisitos específicos de cada estudiante. Las adaptaciones pueden incluir, entre otras cosas, tiempo adicional para los exámenes, asistencia para tomar notas e instalaciones accesibles.

La universidad Harson se compromete a proporcionar un entorno físicamente accesible para atender a las personas con discapacidad.

Los sistemas basados en la nube de la universidad Harson incluyen el Sistema de Gestión del Aprendizaje (Moodle) y el sistema de información estudiantil (Academia), entre otros recursos digitales accesibles para los estudiantes con discapacidad. La información está disponible en formatos alternativos a solicitud.

Confidencialidad: La Universidad respeta la privacidad y la confidencialidad de los estudiantes con discapacidades. Solo las personas directamente involucradas en brindar adaptaciones y apoyo tienen acceso a los documentos y la información personal de los estudiantes.

Cumplimiento legal: La universidad Harson cumple con todas las leyes federales y estatales aplicables, incluidas la Ley de Estadounidenses con Discapacidades (ADA) y la Sección 504 de la Ley de Rehabilitación, para garantizar que los estudiantes con discapacidades reciban protección y apoyo.

La Política de Discapacidad representa un compromiso para brindar un entorno educativo inclusivo, accesible y solidario. La universidad Harson apoyará a los estudiantes con discapacidad en su búsqueda de la excelencia académica y el crecimiento personal. La universidad alienta a los estudiantes a aprovechar al máximo los servicios de apoyo y las adaptaciones disponibles al iniciar su trayectoria académica.

La universidad Harson apoya una política contra el acoso. Los estudiantes, el cuerpo docente y el personal administrativo deben trabajar juntos en un ambiente libre de toda forma de acoso, explotación o intimidación.

Política de quejas

La universidad Harson se compromete a mantener un entorno académico justo y transparente. La universidad reconoce que, en ocasiones, pueden surgir disputas o inquietudes, y que es de su interés abordar estos asuntos de manera oportuna y justa. Se anima a los estudiantes a buscar una solución al discutir cualquier problema con sus profesores, el asesor de servicios estudiantiles o los miembros del personal. Muchos problemas pueden resolverse mediante la comunicación abierta y el entendimiento mutuo.

La universidad Harson considera que todos los estudiantes tienen derecho a un proceso debido, lo que incluye recibir notificación y tener la oportunidad de ser escuchados. Se anima a los estudiantes a resolver los problemas a través de los canales administrativos antes de presentar una queja formal.

Definición de queja:
Una queja es una inquietud formal por escrito presentada por un estudiante con respecto a cualquier aspecto de las operaciones de la institución, incluyendo asuntos académicos, servicios administrativos, políticas institucionales o la experiencia estudiantil en general, que no se haya resuelto satisfactoriamente a través de canales informales o estándar de la institución.

Esta política se aplica a todas las quejas de los estudiantes y establece un proceso estructurado para garantizar que las inquietudes se revisen, se aborden y se resuelvan de manera justa, oportuna y coherente.

Procedimiento de queja formal

Si un problema sigue sin resolverse después de haber seguido los canales habituales de resolución, o si el estudiante considera que debe elevarse a un nivel superior, puede proceder con el procedimiento de queja formal de la siguiente manera:

- Los estudiantes deben completar y presentar el formulario oficial de queja, el cual está disponible públicamente en el sitio web de la institución y a través del portal de estudiantes.
- Los estudiantes deben proporcionar y subir toda la documentación de respaldo.

Comité de Revisión de Quejas

Una vez recibida una queja por escrito, el director ejecutivo convocará a un Comité de Revisión de Quejas para investigar el asunto.

El Comité estará compuesto por un mínimo de tres (3) miembros e incluirá:

- Asesor de Servicios Estudiantiles
- Decano Asociado
- Director ejecutivo

Se podrán incluir miembros adicionales según la naturaleza de la queja. Cualquier persona directamente involucrada en el asunto que se esté analizando quedará excluida del Comité para garantizar la imparcialidad.

1. **Investigación:** El Comité de Revisión de Quejas llevará a cabo una investigación exhaustiva, que incluirá entrevistas, revisión de documentos y consultas con las partes involucradas. Cuando una queja se refiera a un miembro del cuerpo docente o a un administrador, se le brindará a esa persona la oportunidad suficiente para responder antes de que se tome cualquier decisión definitiva.
2. **Resolución:** El Comité formulará una recomendación de resolución basada en los resultados de la investigación. Esto puede implicar acciones correctivas, cambios en las políticas u otras medidas para abordar la queja.

3. **Notificación:** Se notificará por escrito a los estudiantes las conclusiones del comité y cualquier resolución recomendada dentro de los 30 días naturales a partir de la recepción de la queja.
4. **Proceso de apelación:** Si un estudiante no está satisfecho con la resolución, puede presentar una apelación por escrito ante el director ejecutivo de la universidad Harson (a complaints@harsonuniversity.com) dentro de los 5 días siguientes a la recepción de la decisión. El director ejecutivo revisará la apelación y emitirá una decisión, comunicándole su conclusión al estudiante dentro de los 30 días naturales.

   La decisión del director ejecutivo es definitiva.
5. **Confidencialidad y mantenimiento de registros:** Toda la información relacionada con el procedimiento de queja se tratará con la máxima confidencialidad y solo se compartirá con quienes estén directamente involucrados en el proceso de resolución. Se mantendrán registros de todas las quejas con fines de documentación y revisión institucional.
6. **Cumplimiento:** Todos los procedimientos de queja cumplen con las leyes federales y estatales aplicables, así como con las políticas y procedimientos de la universidad.

Recursos externos para presentar quejas

Los estudiantes que hayan agotado todos los canales internos de quejas pueden comunicarse con la Comisión para la Educación Independiente (CIE) del Departamento de Educación de Florida:

Comisión para la Educación Independiente (CIE) Departamento de Educación de Florida 325 West Gaines Street, Suite 1414 Tallahassee, FL 32399 (850) 245-3200 https://www.fldoe.org/policy/cie/student-concerns.stml