

ESCUELA DE NEGOCIOS |  EDUCACIÓN EJECUTIVA

# PROGRAMA DE DESARROLLO GERENCIAL

[www.utdt.edu/educacionejecutiva](http://www.utdt.edu/educacionejecutiva)

PDG



# UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

PROGRAMA ABIERTO



DURACIÓN: 6 meses

CURSADA: martes de 19 a 22h | jueves de 18 a 22h

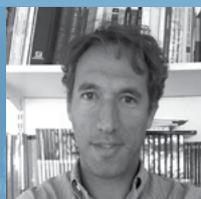
## EDUCACIÓN EJECUTIVA

[www.utdt.edu/educacionejecutiva](http://www.utdt.edu/educacionejecutiva)

“ El Programa de Desarrollo Gerencial de la Escuela de Negocios de la Di Tella provee en seis meses una visión holística de los negocios, recorriendo disciplinas que van desde las finanzas, el *marketing* hasta el liderazgo e innovación, focalizando simultáneamente en herramientas que optimicen los procesos de gestión.

Estamos convencidos de generar un gran aporte a ejecutivos basándonos en nuestras principales características: un ambiente plural para la discusión, una formación rigurosa y la calidad académica del cuerpo de profesores ”.

Situados en la era del conocer y del hacer, el Programa se centra en una gama de metodologías que garantizan la comprensión de conceptos –conocer–, y sobre todo en su aplicabilidad en entornos laborales –hacer– a partir de dinámicas de trabajo como estudio de casos, simulación de negocios, ejercicios vivenciales, etc.



**MARIANO BERGMAN**

Posgrados en Recursos Humanos y Marketing, UP. Director académico del Programa de Desarrollo Gerencial. Subdirector del área de Educación Ejecutiva.

### OBJETIVOS

- › Proveer en solo seis meses una visión integral del negocio que permita la generación de estrategias de crecimiento y maximización del valor.
- › Incorporar herramientas claves en las áreas de finanzas, recursos humanos, operaciones, estrategias y comerciales.
- › Contribuir al desarrollo de competencias de gestión y negocios, facilitando el aprendizaje de metodologías, marcos conceptuales, capacidades claves y liderazgo en la organización.

### METODOLOGÍA

- › El Programa tiene un enfoque práctico y participativo incentivando un ámbito de reflexión y de intercambio de ideas entre los profesores y los participantes.
- › Se genera el aprendizaje de los participantes integrando la teoría y la práctica a través de diferentes herramientas didácticas que van desde el método del caso hasta ejercicios vivenciales, los cuales permiten recrear contextos reales.

### AUDIENCIA

- › Ejecutivos que deseen desarrollar y aumentar sus habilidades gerenciales y alcanzar mejores resultados a partir de una visión integral del negocio.



#### MARCELO D. VUAGNOUX

Responsable de procesos,  
Permaquim S. A.

“ El Programa de Desarrollo Gerencial me permitió consolidar y ampliar los conocimientos y experiencias adquiridos en toda mi vida como estudiante y profesional. Desde lo académico-teórico, incorporé habilidades de *coaching*, liderazgo, negociación, y creatividad e innovación, entre otras, que dan valor a mi carrera profesional. En el plano práctico, es muy enriquecedora la diversidad de las personas que participan con sus distintas formaciones y problemáticas, haciendo muy productivos los trabajos en grupo. El final de la cursada te encuentra con la firme convicción de que nunca hay que dejar de capacitarse y aprender de las experiencias de los demás. Un plus importante es la red de contactos que te aporta soluciones diversas en la empresa o mercado donde te desenvolvés. En mi caso, además, encontré en la comunidad ditelliana mi lugar en el mundo para aprender continuamente ”.

## ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

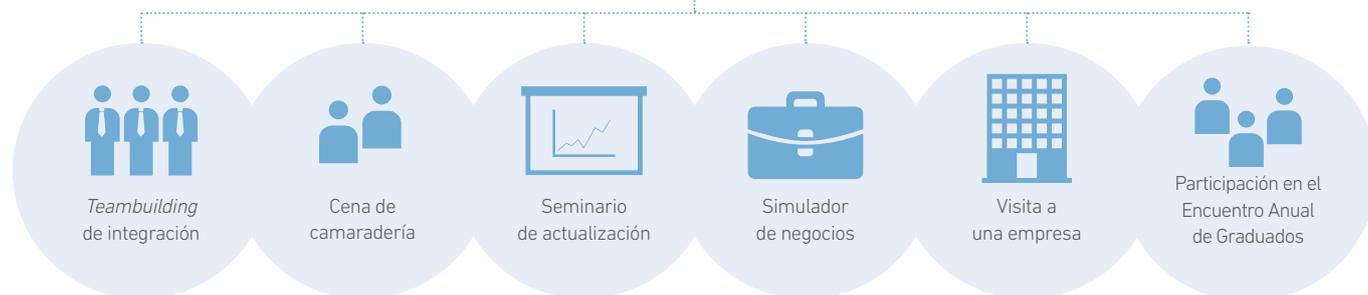
EJE	MÓDULO	PROFESOR
TEAMBUILDING DE APERTURA		Mariano Bergman
GESTIÓN DE OPERACIONES	DIRECCIÓN DE OPERACIONES	Pablo Scasso
	PROBLEM SOLVING	Adrián Kohan
PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	ESTRATEGIA DE NEGOCIOS Y CREACIÓN DE VALOR	Ariel Yukelson
	ESTRATEGIA DE PRECIOS	Marcelo Celani
	TOMA DE DECISIONES	Sebastián Auguste
GESTIÓN COMERCIAL	VENTAS	Daniela Sukaczer
	NEGOCIACIÓN	Patricio Nelson
	MARKETING	Esteban Amoia
		Sebastián Paschmann
ECONOMÍA Y FINANZAS	CONTABILIDAD GERENCIAL	Olivier Garrigue
	CONTEXTO ECONÓMICO	Andrés Borenstein
	FINANZAS CORPORATIVAS	Julio Fermo
DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO	FEEDBACK Y COACHING	Mariano Bergman
	LIDERAZGO	Paula Molinari
	GESTIÓN DEL CAMBIO	Ariel Castiglioni
	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	Hernán Kigel
	GESTIÓN DEL TALENTO	Dina Sznirer
SIMULADOR DE NEGOCIOS		Marcos Cristal

## ESTRUCTURA COMPLEMENTARIA

El Programa de Desarrollo Gerencial ofrece, además de su estructura formal de aula, múltiples actividades y estímulos complementarios que contribuyen al aprendizaje y hacen del Programa una propuesta diferencial.

Cada una de estas actividades tiene un objetivo principal relacionado con la integración del grupo y, al mismo tiempo, está alineada con el objetivo central del Programa, tanto en desarrollar competencias de gestión como en proveer una visión integral del negocio.

### PDG



## GESTIÓN DE OPERACIONES

### DIRECCIÓN DE OPERACIONES

Introducción a conceptos básicos de *operations management*, para adentrarse luego en la especificidad de la operatoria de servicios, discutiendo temas como gestión de capacidad en servicios y tiempos de espera. En la segunda parte del módulo se discuten aspectos relacionados con el diseño estratégico de nuevos productos y servicios.

- › Identificar las cualidades operativas necesarias para darle soporte a la estrategia de negocios de una firma.
- › Entender el impacto que la variabilidad de la oferta y la demanda tiene en la gestión de los procesos en servicios.
- › Discutir la especificidad de la operatoria de servicios: *trade-off* entre eficiencia y eficacia.
- › Operaciones sustentables: clase de presentación del caso "El Castillo Hotel".

### PROBLEM SOLVING

Desarrollo de las habilidades necesarias para pensar creativa y estructuradamente problemas y oportunidades de negocios. El módulo describe técnicas ampliamente utilizadas por consultoras de la alta gestión alrededor del mundo; les permitirá a los participantes mejorar su pensamiento crítico y los ayudará a identificar sesgos y oportunidades de mejora en las ideas de sus colegas.

Definición y estructuración de problemas de negocio.

- › Metodologías para la generación de ideas.
- › Priorización de análisis.
- › Sesgos y errores más comunes.
- › Síntesis y comunicación.
- › Resolución de problemas en equipo



# PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

## ESTRATEGIA DE NEGOCIOS Y CREACIÓN DE VALOR

Comprensión de la estrategia de negocio como pieza central del proceso de creación de valor en la organización, a partir de la aplicación de metodologías y herramientas prácticas. Entrenamiento en la visión de oportunidades, desafíos de negocios, y en la toma de decisiones estratégicas.

- › El proceso de planeamiento estratégico.
- › Creación de valor en la corporación.
- › Metodologías prácticas de la planificación estratégica.
- › Análisis de la industria, competencia y clientes.
- › Relación entre la estrategia de negocios y la estrategia de *marketing*.
- › Capacidades de negocio y factores críticos de éxito.
- › Segmentación y estrategia operativa.

---

## ESTRATEGIA DE PRECIOS

- › Abordaje de los conceptos fundamentales del *pricing* para comprender los determinantes del éxito en la fijación de precios y su impacto en la rentabilidad de la empresa.
- › Importancia de las decisiones de precios: mitos y realidades. Impacto en los resultados. Creación y captura de valor.
- › Evolución de la función de fijación de precios: cronología del *pricing*. Enfoques tradicionales. Nuevos enfoques. Tendencias internacionales.
- › La conducta del consumidor y las oportunidades en materia de *pricing*: sesgos cognitivos. Efecto dotación, *framing effect*. Recientes aportes de la neurociencia y la teoría de las perspectivas.
- › Factores clave: costos. Competidores. Clientes. Canales de ventas.
- › Las herramientas para la toma de decisiones en precios: segmentación de precios. Técnicas de descuento.
- › Tácticas: ventas en paquetes, ventas atadas, *versioning*, opcionales.

---

## TOMA DE DECISIONES

Desarrollo de la capacidad de analizar y tomar decisiones de calidad ganando confianza y claridad para la acción. Debatiremos sobre cómo tomamos decisiones y sobre cuáles son los desafíos que enfrentamos al tomarlas. Mediante la utilización de herramientas trabajaremos sobre decisiones reales de los participantes.

- › La toma de decisiones como proceso. Los elementos de la decisión.
- › Desafíos individuales. Impacto de los sesgos cognitivos, el ego y la emoción en el proceso decisorio.
- › Identificación y modelización de decisiones. Trabajo de aplicación: una decisión real.
- › Desafíos grupales. Polarización y síntomas de pensamiento grupal.

## GESTIÓN COMERCIAL

### VENTAS

Identificar los desafíos que presenta la fuerza de ventas en la actualidad, profundizando en modelos y técnicas efectivos, adecuados a las necesidades distintivas de cada cliente, y comprendiendo el comportamiento del consumidor. Generar contactos óptimos con los clientes, basados en una comunicación efectiva y empática. Liderar un equipo de ventas exitoso.

- › Desafíos del vendedor de hoy: el cliente de hoy. Características y comportamientos (modelo DISC).
- › Conformación de un equipo exitoso: estilos de vendedores. Identificación de problemas de *performance*. Planes de acción para lograr el cumplimiento de objetivos y un equipo motivado.
- › Ejecución exitosa: apertura. La importancia del primer contacto. Objetivos. Comunicación efectiva, indagación. Argumentación adecuada para cada necesidad y cliente. Qué hacer y qué no hacer frente a las objeciones. Técnicas de cierre: ¿por qué se fracasa en el cierre? Fidelización de clientes.

### NEGOCIACIÓN

Abordaje de los desafíos específicos que se presentan en negociaciones cotidianas de niveles gerenciales. A partir de casos y ejercicios, se buscará familiarizar a los participantes en la implementación de herramientas útiles para destrabar y avanzar hacia una solución que cree valor.

- › Criterios para crear y distribuir valor.
- › El impacto de nuestros supuestos al negociar.
- › La importancia de la relación entre las partes.
- › Cómo definir el éxito en una negociación: nueve conceptos críticos.
- › El manejo de tácticas difíciles.
- › Trabajo práctico final.

### MARKETING

Desarrollo de conceptos e introducción a herramientas que permitan crear, en un mundo digital, estrategias de *marketing* moderno, que debe apuntar no solamente a pretender una venta de lo "fabricable", sino a construir una cadena de valor que pueda producir y entregar lo deseable por el mercado.

- › El *marketing* estratégico hoy. Conceptos fundamentales y últimos desarrollos. El consumidor moderno. Necesidades cambiantes. Diferenciación y personalización de la oferta. Personalización y cocreación de valor.
- › Las variables básicas del *marketing*, la mezcla del *marketing* desde el punto de vista del consumidor. Cómo construir una oferta válida, promocionarla y distribuirla, ya sea directa o indirectamente.
- › La problemática digital para la gestión de equipos y organizaciones. Recorrido por las tendencias de los comportamientos de un mercado cada vez más en red y las herramientas para implementar una estrategia de *marketing* digital. La importancia de la escucha de la *web* a la hora de producir innovación y gestión de la comunicación de las personas y organizaciones.
- › Estrategia digital inteligente: el ecosistema digital, *marketing* de *performance*, *social media marketing* y posicionamiento.
- › Estructura de la propuesta de valor a través del canal digital: gestión de contenidos y gestión de relaciones.

### CONTABILIDAD GERENCIAL

Aspectos fundamentales de la contabilidad aplicada a la gestión de los negocios, manejo de las herramientas esenciales para la resolución de problemas financieros.

- › Estado de situación patrimonial.
- › Estado de resultados.
- › Cuadro de origen y aplicación de fondos.
- › Equilibrio de la estructura financiera.
- › Tópicos especiales: análisis de costos y proyección de estados contables.

### CONTEXTO ECONÓMICO

Herramientas para una lectura rápida de la realidad económica nacional e internacional que permita al no especialista descifrar los principales conceptos de la teoría económica y profundizar el análisis.

- › Crecimiento económico y productividad.
- › Principios de macroeconomía. Demanda agregada, empleo, salarios.
- › Política fiscal. Impuestos, gastos y deuda pública. Coparticipación y federalismo.
- › Comercio internacional. Teoría y práctica de la globalización y sus efectos en el mercado interno.
- › Análisis de la coyuntura económica argentina. Pobreza, distribución del ingreso y el rol del Estado.

### FINANZAS CORPORATIVAS

Preparar a los participantes en el uso de los distintos instrumentos financieros para evaluar decisiones de inversión, valoración y financiamiento en la empresa.

- › Financiación del crecimiento. Instrumentos de financiación. Estructura del capital.
- › Financiación del capital del trabajo.
- › Evaluación de decisiones de inversión. Criterios TIR y VAN.
- › Proyecciones de flujos de efectivo. Método directo y método indirecto.
- › Introducción a la valoración de empresas. Flujos de fondos descontados. Período de proyección. Valor terminal. Valuación por múltiplos. Valor de liquidación.
- › Fusiones y Adquisiciones (M&A). *Drivers* para la compra y para la venta.
- › Etapas de un proceso competitivo. *Due diligence*. Ajuste de precio pre y post *closing*.
- › Instrumentación. Garantías. Empleo de *earn-outs*.

## DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO

### FEEDBACK Y COACHING

Trabajo sobre competencias que permitan mejorar el rol de "desarrollador de equipos". Profundización acerca de la importancia del *feedback*, herramienta central para convertirse en un jefe *coach*. Construcción de una metodología de seguimiento de la gestión del desempeño de las personas a su cargo.

- › El liderazgo y los Tipos Psicológicos (MBTI).
- › El rol del *coach*. Habilidades.
- › Proceso de gestión del desempeño y rol del jefe en el mismo.
- › Evaluación subjetiva y objetiva. Interpretación vs. descripción.
- › Modos de conversación. Enfoque único y múltiple.
- › Construcción de confianza en una relación de *coaching*.
- › Conversaciones difíciles.

### LIDERAZGO

Potenciar las habilidades que impactan en el liderazgo de equipos en el siglo XXI, reconociendo el gran cambio en los contextos de trabajo, en los modelos de negocio y en los atributos requeridos en los líderes. El líder estratégico como aquel que piensa, actúa e influencia a otros de forma tal que genera una ventaja competitiva en la organización.

- › Un modelo de liderazgo estratégico y autodiagnóstico.
- › Las conversaciones creando contextos. Herramientas de *storytelling*.
- › La confianza y su construcción.
- › El liderazgo adaptativo y el técnico.



## DESARROLLO DEL CAPITAL HUMANO

### GESTIÓN DEL CAMBIO

Pasos metodológicos para una efectiva gestión de la transición al cambio en el mundo de las organizaciones.

- › Establecer el sentido de urgencia.
- › Formar alianzas con poder para guiar y ejecutar el cambio.
- › Desarrollar una visión y una estrategia.
- › Comunicar la visión del cambio.
- › Dar poder para actuar sobre la visión.
- › Generar victorias a corto plazo.
- › Consolidar los logros y producir más cambios.
- › Anclar los nuevos enfoques en la cultura.

### CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

Nos encontramos en un contexto caracterizado por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad, que nos obliga a replantearnos los supuestos y modelos mentales tradicionales para poder desarrollarnos como individuos y organizaciones. A partir de diversos modelos y herramientas se buscarán nuevas formas de abordar conceptos cotidianos para poder ampliar nuestras perspectivas y construir de forma colaborativa nuevas respuestas y/o romper con viejos paradigmas.

- › ADN de un innovador.
- › Siglo XXI, ¿un siglo VUCA?
- › Innovar, una decisión estratégica.
- › El usuario ¿siempre? tiene la razón.
- › Cocreación y colaboración, un cambio de paradigma.
- › De la idea a la acción.
- › Prototipo, iteración y aprendizaje.

### GESTIÓN DEL TALENTO

Tendencias en gestión del talento a nivel mundial. Marco conceptual y operativo para entender la sustentabilidad del talento en el marco organizacional. Diferencias entre alto desempeño, alto potencial y talento. Analizar el impacto del *talent grid* en términos de grupos de desarrollo.

- › Estado del arte en gestión del talento a nivel mundial. Tendencias emergentes.
- › ¿Qué preguntas debemos formularnos para definir una estrategia de gestión del talento adecuada para nuestra compañía?
- › Los componentes del sistema de talento organizacional. Eje de las personas y eje de los puestos.
- › La estructura del potencial. Dimensiones fundacionales, de crecimiento y de carrera.
- › Construcción de la matriz de talento. Clasificación de acciones de desarrollo derivadas.



## SIMULADOR DE NEGOCIOS

Se trata de una experiencia altamente desafiante y entretenida en la que los participantes se dividen en cinco equipos y deben conducir una empresa por cuatro años de gestión, en un entorno competitivo con los otros equipos. Deben planificar, tomar decisiones sobre todas las áreas importantes de un negocio, analizar los resultados de cada año y buscar mejorar los resultados en las rondas siguientes. Se utilizará un programa de simulación de última generación.

- › Análisis del entorno. Planificación.
- › Visión integral y estratégica del negocio.
- › Interacción y cooperación entre las áreas de la empresa en el diseño e implementación de la estrategia.
- › Investigación y desarrollo: calidad, inversiones en desarrollo de nuevos productos.
- › *Marketing*. Proyección de ventas. Lanzamiento de nuevos productos.
- › Políticas de abastecimiento. Producción interna y tercerizada. Logística de distribución.
- › Gestión financiera. Indicadores económico-financieros de la empresa. Políticas de financiamiento de corto y largo plazo; emisión y recompra de acciones.
- › Trabajo en equipo: toma de decisiones bajo presión y en condiciones de incertidumbre.
- › Manejo del cambio/modelos mentales.

---

La UTDT se reserva el derecho de modificar los módulos, sus contenidos y los profesores, garantizando la calidad de los mismos.



## CUERPO DE PROFESORES



### ESTEBAN AMOIA

MBA, UTDT. Consultor general orientado a pymes. Especialista en implementación y desarrollo de estrategias y planes de *marketing*, y en coordinación y ejecución de planes comerciales. Fue gerente regional para América del Sur en AB InBev International, donde tuvo a su cargo la unidad de negocios para marcas globales en Panamá, Colombia, Chile, Ecuador, Argentina y Uruguay. También se desempeñó en Arcor como gerente para China, India, Hong Kong, Nepal y Mongolia.



### SEBASTIÁN AUGUSTE

Ph.D. in Economics, University of Michigan. Profesor *full-time* y director de los programas de MBA y Executive MBA, UTDT. Fue economista asociado de FIEL, economista investigador del BID, consultor del Banco Mundial, FMI y otros organismos internacionales.



### MARIANO BERGMAN

Posgrados en Recursos Humanos y Marketing, UP. Lic. en Administración de Empresas, UBA. Profesor y subdirector de Educación Ejecutiva, UTDT. Director del Programa de Desarrollo Gerencial y codirector de Oratoria y Comunicaciones Eficaces, UTDT. Ocupó cargos gerenciales en el área de Recursos Humanos de empresas multinacionales, como Citibank y PSA Peugeot Argentina.



### ANDRÉS BORENSTEIN

Magister en Finanzas, UTDT. Economista jefe en Argentina, Banco Pactual. Se desempeñó, entre otras empresas, en Alto Invest S. A. y diario Clarín. Director del programa ejecutivo Economía para no Economistas, UTDT.



### ARIEL CASTIGLIONI

Master of Public Management, Harvard University. Se ha desempeñado como *business partner* de HR en SAP, como director de Gestión de Talento para Amanco Latinoamérica y como gerente de Cambio Organizacional para Shell CAPSA.



### MARCELO CELANI

Posgrado en Economía, Instituto de Desarrollo Económico y Social. Profesor *full-time* y director de las Licenciaturas en Economía Empresarial y en Administración de Empresas, UTDT. Especialista en análisis de mercados, defensa de la competencia y regulación.



### MARCOS CRISTAL

Máster (MSW), Adelphi University. Posgrado en Leadership y Management, MIT. Lic. en Economía, UBA. Socio y director de Business Skills, consultora especializada en el desarrollo de simuladores de negocios para capacitación.



### JULIO FERMO

Máster en Finanzas, UCEMA. Especialista en Sindicatura Concursal, UBA. *Partner*, Columbus Merchant Banking. Posee más de 20 años de experiencia en el negocio de banca de inversión y mercado de capitales.



### OLIVIER GARRIGUE

Máster en Dirección Bancaria, UCEMA. Profesor *full-time* y director del programa ejecutivo Finanzas para no Financieros, UTDT. Consultor de áreas financieras y de evaluación de riesgo crediticio. Ha dictado cursos de Análisis de Riesgo Crediticio para diversas instituciones.



### HERNÁN KIGEL

Magíster en Economía Aplicada, UTDT. Director del programa Creatividad e Innovación en los Negocios, UTDT. Fundador y director de MINDS Garage. Coordinador de Innovación en la Subsecretaría de Emprendedores del Gobierno Nacional. Seleccionado por The World Economic Forum como Global Shaper del Hub de Buenos Aires.



### ADRIÁN KOHAN

Ph.D. in Materials Science, MIT. Lic. en Física, UBA. Cuenta con más de 15 años de experiencia en consultoría, con clientes de toda Latinoamérica en temas de estrategia, operaciones, organización y M&A. Se desempeña como docente en el MBA de la Escuela de Negocios, UTDT, y como *senior advisor* en empresas de la región.



### PAULA MOLINARI

Presidente, WHALECOM. Directora académica del programa ejecutivo Recursos Humanos, UTDT. Profesora del MBA y del EMBA, UTDT. Autora y conferencista en temas del futuro del trabajo y tendencias en gestión del talento.



### PATRICIO NELSON

Bachelor of Arts, Harvard University. Socio de la consultora Ingouville, Nelson & Asociados. Consultor, *coach* ejecutivo y facilitador con experiencia de trabajo en corporaciones, gobiernos y ONG en habilidades de negociación. Director del programa ejecutivo Negociación, UTDT.



### SEBASTIÁN PASCHMANN

MBA, UADE. Codirector del programa ejecutivo Marketing Estratégico, UTDT. Consultor especializado en estrategia y planificación digital para marcas, personas y organizaciones.



### PABLO SCASSO

MBA, UTDT. Logistics and Supply Chain Management (GCLOG), MIT. Ingeniero Industrial, UBA. Ecommerce Operations Manager, Walmart Argentina. Profesor titular de grado en Dirección de Operaciones I y II, UTDT. Profesor adjunto de posgrado en Operaciones I, UTDT. Profesor en Universidad CAECE y en el Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE).



### DANIELA SUKACZER

Posgrado en Recursos Humanos, UP. Ha trabajado en capacitación comercial en varias multinacionales y como consultora de temas comerciales en Latinoamérica en áreas de servicios, comunicaciones, consumo masivo y automotrices, entre otras.



### DINA SZNIRER

Master of Science in Organizational Psychology, The Hebrew University of Jerusalem. Directora de Dina Sznirer, empresa líder en gestión del talento en Latinoamérica. Directora del programa ejecutivo Human Resources Business Partner, UTDT.



### ARIEL YUKELSON

MBA (Distinction), University of Warwick. Profesor *full-time* y director de Educación Ejecutiva, UTDT. Ha sido *head* de la práctica de Estrategia y Arquitectura de Negocios Accenture. Su experiencia incluye tanto consultorías como posiciones ejecutivas en la industria.

UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA



UNIVERSIDAD  
TORCUATO DI TELLA



## UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA

La Universidad Torcuato Di Tella es una institución sin fines de lucro fundada en 1991, heredera del espíritu innovador industrial de la fábrica SIAM Di Tella (1910) y de la visión artística y social de vanguardia del Instituto Torcuato Di Tella (1958). Su misión es la formación de las nuevas generaciones empresariales, políticas, académicas, sociales y artísticas de nuestro país y la producción de conocimiento básico y aplicado, en el marco del pluralismo de ideas, la excelencia académica y la igualdad de oportunidades.

### RECTOR: ERNESTO SCHARGRODSKY

Ph.D. in Economics, Harvard University.

### VICERRECTORA: CATALINA SMULOVITZ

Ph.D. in Political Science, The Pennsylvania State University.

## LA UNIVERSIDAD TORCUATO DI TELLA OFRECE POSGRADOS Y CURSOS EN:

- > Arquitectura
- > Arte
- > Ciencia Política
- > Derecho
- > Econometría
- > Economía
- > Economía Urbana
- > Educación
- > Educación Ejecutiva
- > Educación Legal Ejecutiva
- > Estudios Internacionales
- > Executive MBA
- > Finanzas
- > Historia
- > MBA
- > Periodismo
- > Políticas Públicas

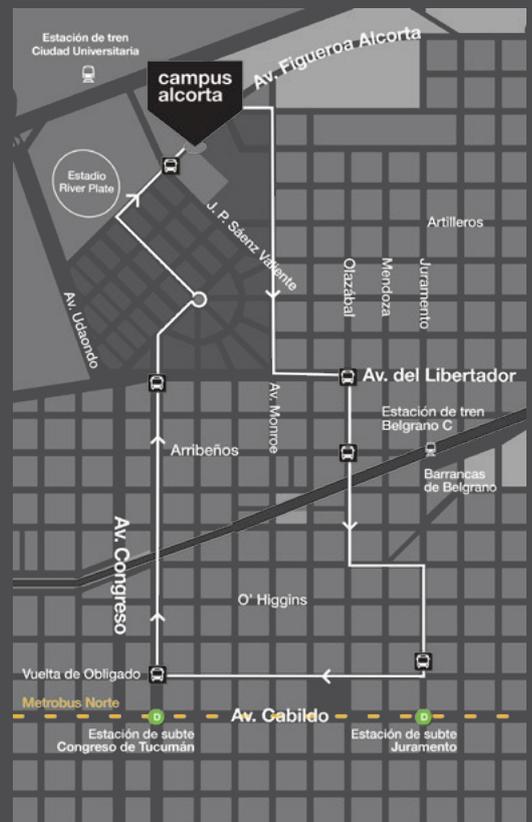
## INFORMES E INSCRIPCIÓN

### Departamento de Admisiones

(+54 11) 5169 7342 | 7355 | 7383

admisiones\_negocios@utdt.edu

www.utdt.edu/educacionejecutiva



El bus ditelliano es un servicio de transporte gratuito que brinda la Universidad Torcuato Di Tella para conectar el Campus Alcorta con la red de transporte público (subte Línea D, tren Línea Mitre y colectivos).