

# MBA, MASTER PROFESIONAL EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Modalidad On line/distancia



## ¿Por qué estudiar un MBA?

**En el actual mundo empresarial y laboral sólo aquellas personas que sean capaces de adaptarse y anticiparse a los cambios del entorno podrán triunfar y prosperar en sus carreras profesionales.**

**Son muchos los factores que influyen sobre las organizaciones en el siglo XXI, la continua remodelación y actualización de las legislaciones vigentes, los cambios demográficos; como son el aumento de las migraciones o la definitiva inclusión en el mercado laboral de la mujer y las ayudas dadas desde las instituciones para su fomento, el efecto de la globalización; permitiendo el crecimiento y expansión de las empresas por nuevos mercados hasta ahora inexplorados, la sociedad de la información; donde la comunicación y las vías proporcionadas por las nuevas tecnologías abren a las organizaciones innumerables caminos para la mejora constante y la búsqueda de nuevos yacimientos en los que realizar su actividad, los cambios en la situación internacional; sirviendo como ejemplo la reciente ampliación de la Unión Europea, etc**

**Ante esta situación, parece evidente la necesidad de contar con unos conocimientos totalmente actualizados que sirvan como garantía para desenvolverse en un entorno tan inestable. Una formación global, que permita conocer los principales aspectos por los que se rigen las diferentes áreas de las organizaciones, de calidad y reconocida por las principales empresas del ámbito nacional, será la llave que abra la puerta del éxito a aquella persona que tengan como objetivo desarrollar su carrera en el sector privado, asumiendo nuevas responsabilidades y nuevos retos cada día.**

**El programa MBA tiene como objetivo proporcionar al alumno las armas que le permitan desenvolverse en el mercado laboral, a través de la formación de calidad en las principales áreas de gestión y administración empresarial.**

# MODELO FORMATIVO Y METODOLOGÍA

## El ciclo de negocio

El modelo de ciclo de negocio responde al proceso dinámico de la organización.

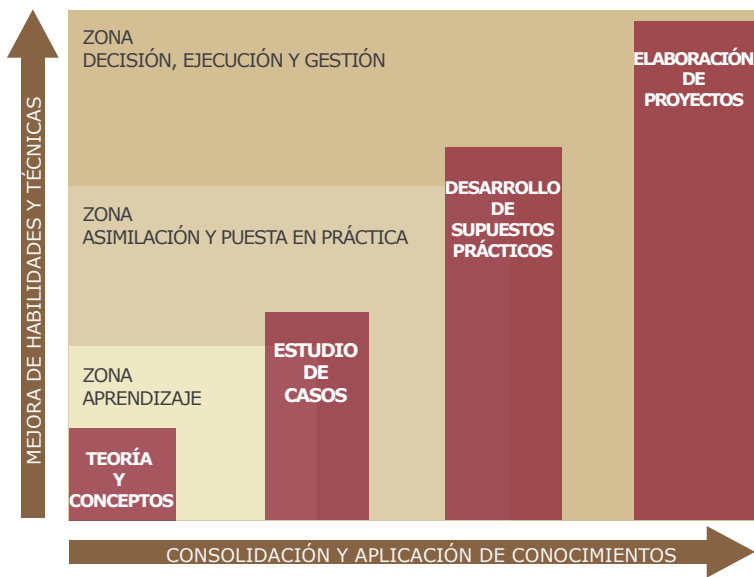
Es por ello que la formación para el desarrollo y capacitación del profesional para la dirección empresarial debe comprender conocimientos y respuestas que permitan desenvolverse en este entorno. Por tanto un máster no es una sucesión de temas o módulos que giran alrededor de uno o varios temas, sino que ha de estructurarse dentro de un modelo de gestión. Desde esta base, el alumno conocerá el origen y la finalidad de sus funciones, en que partes del proceso participa y como ayuda a la organización a conseguir los objetivos.

La formación basada en un modelo de gestión es el camino inverso al habitual, se traspasa la experiencia empresarial al modelo formativo. No se explica que se debe hacer, sino que se hace, facilitando al alumno medios y soluciones contrastadas que permitan la toma de decisiones, ejecutar las acciones clave en tiempos competitivos, realizar propuestas e informes,... y acumular experiencia que garantice el pleno desarrollo profesional.



## Metodología de estudio

El modelo de ciclo de negocio permite garantizar al alumno una visión real y eficaz del funcionamiento de la empresa o su departamento, pero esto no es suficiente. A través de una metodología práctica y aplicada el estudiante comprenderá la teoría y los conceptos transmitidos, pero también será capaz de asimilarlos como suyos y por lo tanto reproducirlos en entornos de trabajo reales.



$$F_n + A_c = G_e^2 + D_e^2 = \text{Rentabilidad inversión en formación y éxito profesional}$$

Formación en negocios      Aplicación de conocimientos      Gestión de empresa eficiente      Dirección de empresa eficaz

- TEORÍA Y CONCEPTOS: Clases magistrales, Investigación de conceptos y normativas, Revisión de documentación **30%**
- ESTUDIO DE CASOS: Situaciones de éxito, Aprender de la experiencia de terceros, Ampliar la visión estratégica, Contextualizar teoría y conceptos aplicados a situaciones reales, Mejora capacidad de análisis y reflexión **25%**
- DESARROLLO DE SUPUESTOS PRÁCTICOS: Aplicación de conocimientos, Desarrollo experiencias propias, Mejora de la iniciativa y la toma de decisiones **25%**
- ELABORACIÓN DE PROYECTOS: Visión profesional, Aplicación integrada de conocimientos, Mejora de habilidades de planificación y toma de decisiones, Dirección y Gestión de recursos **20%**

## PLAN DE ESTUDIOS

Para la obtención del título de MBA, Máster Profesional en Dirección de Empresas se deben cursar al menos **72 créditos ECTS** repartidos entre materias troncales y optativas, habilidades de dirección y proyecto final o Business Game.

El alumno deberá superar con éxito un determinado itinerario formativo. En función de las materias optativas elegidas optará a las siguientes especialidades:

ITINERARIO I: MBA, Dirección General

ITINERARIO II: MBA, Especialidad en Dirección de Recursos Humanos

ITINERARIO III: MBA, Especialidad en Marketing y Dirección Comercial

### Duración

El programa MBA está valorado en **72 créditos ECTS**. La valoración ECTS asignada a cada asignatura implica la carga de trabajo estimada del estudiante para la consecución de los objetivos programados. Esta carga de trabajo incluye el aprendizaje práctico y teórico de los contenidos formativos.

La programación de asignaturas permite al alumno finalizar sus estudios en 18 meses. En el caso de ser necesario el alumno podrá prorrogar el estudio del master hasta un semestre más, siempre en función de la planificación de asignaturas pendientes por cursar.

### Planificación de asignaturas

El alumno deberá cursar todas las asignaturas troncales planificadas y elegir las asignaturas optativas dentro del itinerario escogido hasta completar el número de créditos obligatorios

### Criterios de evaluación

*Evaluación por asignaturas:* pruebas prácticas.

*Evaluación por participación:* En foros debates, chats

*Evaluación por proyecto:* presentación de proyecto final o memoria de Business Game

### Recursos académicos

Para superar con éxito el programa máster el alumno contará con una serie de recursos, planificadas para cada asignatura o a su disposición durante todo el curso académico: Aula virtual, Manuales y guías, Otra documentación (revistas, enlaces, bibliografía), Sesiones presenciales o videoconferencias, Talleres de desarrollo directivo, Tecnología e innovación

Asignaturas Troncales	ECTS	I	II	III
Dirección estratégica	4	*	*	*
Contratación mercantil	4	*	*	*
Gestión de proyectos	4	*	*	*
Finanzas Corporativas	4	*	*	*
Área Legal: Gestión fiscal y laboral	3	*	*	*
Marketing Estratégico	4	*	*	*
Marketing Mix	6	*	*	*
Dirección Comercial	6	*	*	*
Organización de Recursos Humanos	5	*	*	*
Finanzas Corporativas II	4	*	*	*
Factor Humano en la Organización	4		*	
Investigación de Mercados	4			*
<b>TOTAL</b>		<b>44</b>	<b>48</b>	<b>48</b>

Asignaturas Optativas	ECTS	I	II	III
Comunicación en la empresa	3	*		*
Prevención de Riesgos Laborales	2	*	*	
Protocolo	2			*
Calidad	3	*	*	*
Factor Humano en la Organización	4	*		
Formación en la empresa	4		*	
Gestión por competencias	3		*	
Evaluación y desempeño	3		*	
Compensación y beneficios	4	*	*	
Motivación y clima laboral	3		*	
Eficiencia y productividad	3		*	
Publicidad	6			*
Comercio Exterior	4	*		*
E-Business	3	*		*
Dirección de operaciones	3	*		*
Dirección de equipos comerciales	4			*
Mercados Financieros	4	*		
<b>TOTAL</b>		<b>22</b>	<b>18</b>	<b>18</b>

	ECTS	TOTAL
Habilidades de Dirección	1	1
Proyecto Final o Business Game	5	5

Total créditos master **72**

## OBJETIVOS DEL MASTER

- Definir estrategias que ayuden a la organización a cumplir sus objetivos.
- Implementar acciones que permitan Mejorar la rentabilidad de la empresa y por tanto influir sobre la cuenta de resultados.
- Organizar y planificar la empresa de forma eficiente desde el punto de vista de comunicación interna y externa.
- Mejorar el rendimiento organizacional mediante políticas de innovación que influyan tanto en el personal como en los procesos productivos.
- Diseñar el plan estratégico de la empresa.
- Implementar políticas de marketing operativo eficaces sobre producto, precio, distribución o comunicación.
- Eliminar los riesgos jurídicos a los que se expone la empresa en materia de relación con clientes, proveedores LOPD.
- Gestionar de forma eficaz los recursos humanos de la organización.
- Planificar y analizar la actividad financiera de la empresa.
- Dirigir y coordinar proyectos.
- Implantar sistemas de gestión de calidad.

Estudiar mi MBA me ayudó a entender el funcionamiento de todas las áreas de la empresa, y me animó a lanzar mi propio proyecto empresarial.

Francisco Javier Martín Romo  
Socio Emecero  
Consultoría Estratégica



## PROGRAMACIÓN DE ASIGNATURAS

### DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

#### Objetivos

4 ECTS

El por qué y el para qué de la planificación estratégica  
La fijación de los fines de la organización  
Análisis externo: análisis del sector  
Análisis externo: productos y mercados  
Análisis interno: inventario, selección y análisis  
Otros modelos de análisis  
Previsiones y escenarios  
Alternativas estratégicas  
Las matrices de cartera  
Reflexión estratégica  
Planes contingentes  
Programas y presupuestos  
Sistemas de información y control  
Organización para la planificación

Adquirir una visión estratégica, que permita una planificación a medio/largo plazo y que facilite la toma de decisiones y establecimiento de objetivos y estrategias empresariales  
Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para realizar análisis del macro y micro entorno, así como análisis internos de la empresa.  
Manejar conceptos clave para la toma de decisiones estratégicas  
Ser capaz de establecer los objetivos estratégicos de la organización  
Realizar planes estratégicos

### CONTRATACIÓN MERCANTIL

#### Objetivos

4 ECTS

La contratación mercantil  
Tipología de contratación  
Arrendamiento de servicios  
Compra venta  
Operaciones financieras  
Contrato de franquicia

Asesorar acerca de las decisiones más adecuadas para la empresa en materia de contratación mercantil  
Redactar contratos mercantiles  
Tomar decisiones en materia de contratación mercantil

### GESTIÓN DE PROYECTOS

#### Objetivos

4 ECTS

Organización de un Proyecto  
Técnicas de Planificación  
Planificación de Recursos  
Estimación de Costes  
Planificación  
Definición de Objetivos  
Seguimiento y control

Planificar y ejecutar proyectos que involucren varios recursos convirtiendo una actividad compleja en un conjunto de actividades simples.  
Planificar las fases y tareas de un proyecto  
Asignar recursos humanos y materiales a cada tarea  
Analizar la viabilidad del proyecto

### FINANZAS CORPORATIVAS

#### Objetivos

4 ECTS

Análisis de balances  
Análisis de inversiones  
Tasa de rendimiento contable  
Flujos netos de caja  
Periodo de recuperación de inversiones  
Valor futuro y valor actual  
Valor actual neto  
Tasa interna de rentabilidad  
Riesgo en la valoración de proyectos  
Elaboración de presupuestos

Tomar decisiones empresariales apoyadas en datos económicos y financieros de la organización  
Analizar balances de situación  
Estudiar la viabilidad de proyectos e inversiones  
Elaborar presupuestos

## ÁREA LEGAL: FISCALIDAD Y GESTIÓN LABORAL

### Objetivos

3 ECTS

#### FISCALIDAD EN LA EMPRESA

Impuesto de Sociedades

Impuesto sobre el Valor Añadido

#### GESTIÓN LABORAL

La contratación de trabajadores

Los convenios colectivos

El cálculo de salarios

La cotización a la seguridad y las Retenciones

Conocer los principales aspectos de las obligaciones empresariales en materia fiscal y laboral con el objetivo de servir de apoyo en la toma de decisiones empresariales

Analizar las obligaciones fiscales de la organización

Dominar las obligaciones en materia laboral que contrae la empresa con sus empleados

Tomar decisiones estratégicas en la organización que apoyadas en la legalidad

## MARKETING ESTRATÉGICO

### Objetivos

4 ECTS

Planificación estratégica

Comportamiento del consumidor

Posicionamiento estratégico

Investigación de mercados

Segmentación de mercados

Control del marketing

Adquirir una visión estratégica del marketing empresarial, que permita una planificación a medio/largo plazo y que facilite la toma de decisiones y establecimiento de objetivos y estrategias de marketing y comunicación.

Comprender la diferencia entre la vertiente táctica y la vertiente estratégica del Marketing. Así como la importancia de la planificación en la toma de decisiones acertadas.

Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para realizar análisis del macro y micro entorno, así como análisis internos de la empresa.

Manejar conceptos clave para la toma de decisiones estratégicas de Marketing: Segmentación, posicionamiento, ventaja competitiva...

Realizar planes estratégicos de marketing, en base a las habilidades y conocimientos adquiridos

## MARKETING MIX

### Objetivos

6 ECTS

Conceptos clave del marketing mix

Políticas y estrategias de producto

Políticas y estrategias de precio

Políticas y estrategias de promoción

Políticas y estrategias de comunicación

Políticas y estrategias de distribución

Manejar los conceptos y herramientas clave de la vertiente táctica del marketing, que permitan tomar decisiones planificadas e integradas dentro de la estrategia global del marketing

Realizar análisis y recomendaciones acerca de las estrategias de producto. Tomar decisiones acerca de la cartera de productos

Elaborar o mejorar planes de comunicación externa

Analizar estrategias de fijación de precios. Tomar decisiones en fijación de precios

Elaborar o mejorar planes de distribución

## DIRECCIÓN COMERCIAL

### Objetivos

6 ECTS

CONCEPTOS CLAVE.

LA ORGANIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

La dirección comercial

La fuerza de ventas

EL ÁREA DE VENTAS

Aspectos organizativos de la venta: un método participativo de previsión de ventas, cálculo de la red idónea, cálculo del cliente mínimo rentable, remuneración de vendedores.

CONTROL DE LA GESTIÓN COMERCIAL

PREVISIONES DE VENTAS

LAS PREVISIONES Y LOS PRESUPUESTOS

Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para la correcta organización del departamento de ventas

Tomar decisiones estratégicas relativas al área de ventas

Realizar previsiones de ventas

Realizar presupuestos

Realizar controles de la gestión comercial

## ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

### Objetivos

5 ECTS

Los Recursos Humanos en la Organización  
Estructura organizativa  
La planificación de los RRHH  
La selección de personal

Gestionar los RRHH de la empresa e implementar políticas para su desarrollo  
Participar en el diseño de estrategias de RRHH y su adecuación a los objetivos generales de la organización  
Planificar la necesidad de personal  
Seleccionar o participar en los procesos de selección de la empresa

## FINANZAS CORPORATIVAS II

### Objetivos

4 ECTS

El valor del dinero en el tiempo  
Valoración de empresas  
Costes y control de gestión  
Gestión de tesorería

Tomar decisiones estratégicas en la organización basadas en aspectos económicos y llevar una correcta gestión de los recursos de la empresa  
Valorar empresas  
Controlar la actividad de la organización desde el control de gestión  
Gestionar finanzas a corto plazo, ingresos y gastos.

## COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA

### Objetivos

3 ECTS

El proceso de comunicación  
El plan de comunicación  
La necesidad de la comunicación interna  
Herramientas de comunicación interna  
La organización de la comunicación  
Estrategias de comunicación  
La dirección de reuniones y la movilización de equipos  
Imagen interna  
El marketing interno como herramientas de gestión  
El control de las informaciones  
Relaciones entre la comunicación interna y externa

Diseñar estrategias que favorezcan la comunicación entre los empleados de la organización y el control por parte de la dirección de las informaciones  
Diseñar un plan de comunicación interna  
Analizar las ventajas e inconvenientes de las diferentes herramientas de comunicación a utilizar  
Establecer mecanismos que permitan a la dirección emitir informaciones sin riesgos a distorsiones

## PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

### Objetivos

2 ECTS

Ámbito Jurídico de la PRL  
Conceptos de seguridad e higiene  
Los riesgos en la empresa y su prevención  
La prevención en la empresa y su gestión  
Primeros auxilios

Prevenir los accidentes y enfermedades laborales en la organización cumpliendo con las normativas vigentes  
Adecuar la empresa a la normativa vigente en PRL  
Desarrollar el plan de PRL en la organización

## INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### Objetivos

4 ECTS

CONCEPTOS PREVIOS  
REALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO  
La investigación de mercado que se debe contratar  
Objetivos de la investigación de mercados  
Fase cualitativa  
Tamaño y diseño de la muestra  
Diseño del cuestionario  
Análisis de los datos  
EVALUACIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LOS RESULTADOS

Realizar y/o planificar investigaciones de mercado completas, como base para la toma de decisiones estratégicas de la empresa  
Planificar estudios de mercado  
Interpretar estudios de mercado  
Evaluar la rentabilidad de estudios de mercado

## CALIDAD

## Objetivos

3 ECTS

### SISTEMA DE GESTIÓN.

Propuesta de un sistema de gestión.

Desarrollo del sistema de gestión propuesto.

### SISTEMA DE INDICADORES

Identificación de los procesos de negocio.

Sistema de costes. Sistema de retribución. Sistema de indicadores.

Cuadros de mando.

### PLAN ESTRATÉGICO

### DOCUMENTOS EN EL SISTEMA DE GESTIÓN

- Planificar o implantar sistemas de gestión empresarial
- Identificar procesos de negocio, proveedores, recursos...
- Realizar planificaciones estratégicas
- Realizar manuales de gestión
- Planificar procesos de auditorías internas

## PROTOCOLO

## Objetivos

2 ECTS

Conceptos generales

Precedencia de los puestos en los actos oficiales

Inauguraciones

Actos públicos

Visitas y acontecimientos especiales

Presentaciones en la empresa

Ferías y exposiciones

Imagen personal

Comportamiento en eventos sociales

Banquetes

Comida.

Comidas y cócteles

Copas (cóctel) en casa

Andar por la calle

El protocolo en los negocios y en la política

Saber estar en los negocios

La ornamentación

La rueda de prensa y la nota de prensa

El regalo de empresa

Presidencia de actos

Precedencias oficiales

Los tratamientos

- Adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para la organización de actos, reuniones...
- Planificar reuniones de empresa
- Planificar ferias y exposiciones
- Planificar presentaciones de empresa

## FACTOR HUMANO EN LA ORGANIZACIÓN

## Objetivos

4 ECTS

Recorrido histórico por la Gestión de RRHH

El factor humano en la empresa

Filosofía organizacional. Cultura y Valores

Valores en el trabajo, ética empresarial

Desarrollo organizacional

Gestión estratégica de RRHH

Auditoría estratégica. Diagnostico de focos de conflicto intangibles.

- Dimensionar la importancia de los RRHH dentro de la organización como un factor clave del desarrollo organizativo
- Conocer la importancia del factor humano en las organizaciones
- Abarcar el concepto de cultura organizacional
- Evaluar el entorno interno de la organización
- Desarrollar estrategias de desarrollo organizacional basadas en los RRHH

## FORMACIÓN EN LA EMPRESA

### Objetivos

4 ECTS

El plan de formación en la empresa  
La necesidad de la formación  
Tipos de formación  
Evaluación de la formación  
Rentabilidad de la formación  
Gestión de ayudas a la formación  
Formador de formadores

Dotar a la organización de un plan integral de formación que permita unir las necesidades individuales de los empleados con los objetivos de la empresa  
Diseñar y ejecutar planes de formación  
Evaluar la inversión y el retorno en formación  
Actuar como formador interno ante eventuales necesidades  
Acceder a ayudas y bonificaciones para la formación en la empresa

## GESTIÓN POR COMPETENCIAS

### Objetivos

3 ECTS

La gestión por competencias  
El modelo de la gestión por competencias  
Aplicaciones de la gestión por competencias  
La selección por competencias  
Formación basada en el desarrollo de competencias  
Evaluación del desempeño basada en competencias  
Retribución basada en competencias

Gestionar los recursos humanos en base a sus capacidades y aptitudes para sacar el máximo rendimiento de cada individuo  
Detectar y definir las competencias clave de la organización  
Elaborar un diccionario de competencias clave  
Aplicar la gestión por competencia a las diferentes herramientas de gestión de RRHH

## EVALUACIÓN Y DESARROLLO DE PERSONAL

### Objetivos

3 ECTS

Evaluación del desempeño  
Métodos de evaluación basados en el rendimiento pasado  
Métodos de evaluación basados en el rendimiento futuro  
Fases del proceso de evaluación del desempeño  
Gestión del Desempeño  
Métodos para la gestión del desempeño  
Estrategias para la gestión del desempeño  
La dirección por objetivos  
Evaluación de factores conductuales  
Evaluación por competencias  
Evaluación del potencial

Conocer la importancia de la evaluación del rendimiento de los trabajadores como herramienta para el desarrollo de competencias profesionales y el desarrollo de la propia organización  
Evaluar el desempeño de los trabajadores  
Gestionar el desempeño de los empleados  
Evaluar los factores conductuales

## POLÍTICAS DE COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS

### Objetivos

4 ECTS

Aspectos legales de la retribución  
La estructura del salario  
La fijación del salario  
La administración de salarios  
Política salarial  
Investigación de salarios  
Productividad  
La valoración de puestos  
El valor añadido del salario  
Incentivación económica  
Beneficios sociales  
Modelo de gestión de compensaciones

Definir estrategias de retribución para los empleados que ayuden a la organización a alcanzar sus objetivos  
Analizar las diferencias entre la retribución fija y la retribución variable  
Diseñar sistemas de retribución y beneficios sociales que sirvan de estímulo a los empleados  
Estudiar el binomio salario - motivación

## MOTIVACIÓN Y CLIMA LABORAL

## Objetivos

3 ECTS

Motivación y Satisfacción en el Trabajo.  
Indicaciones de la Motivación.  
Elementos que favorecen la Motivación.  
Clima Laboral. Definición y Concepto.  
Elaboración de Herramientas de Medición.  
Método de medición Parasuraman  
Cuestionarios

Diseñar políticas que ayuden a mejorar el rendimiento y la cohesión de los empleados de la organización  
Desarrollar mediciones de clima social  
Diseñar acciones para mejorar el ambiente de trabajo  
Diseñar acciones que mejoren la motivación del empleado

## EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD

## Objetivos

3 ECTS

Métodos y tiempos  
Muestro de trabajo  
Estudios de tiempos  
El material  
Selección y cronometraje  
Tipos de elementos  
Delimitar los elementos  
Tamaño de la muestra  
Estudios de tiempo: valoración del ritmo  
Elementos constantes  
Elementos variables  
Pausas por descansar  
Suplementos  
Modelos de control de RRHH  
Benchmarking  
Cuadro de mando para la dirección de personas  
Gestión del conocimiento

Realizar estudios de medición de tiempos  
Realizar mejoras de procesos de trabajo  
Diseñar un cuadro de mando para controlar la actividad del departamento de RRHH

## PUBLICIDAD

## Objetivos

6 ECTS

Conceptos clave  
La empresa como anunciante  
El proceso de comunicación  
La identidad y los códigos  
El diseño gráfico publicitario  
Estrategias de comunicación  
Emisor, receptor y la acción  
La investigación de mercados desde el punto de vista comunicacional  
La comunicación estructurada y la comunicación no estructurada  
Estructura y funcionamiento de una agencia de publicidad  
Los medios y los mensajes  
Los efectos de la publicidad

Planificar y/o gestionar el área de publicidad y comunicación de la empresa, bien desde un departamento propio o desde una agencia de publicidad  
Conocer los conceptos clave de la publicidad y la comunicación publicitaria  
Realizar planes completos de publicidad y medios  
Adquirir una actitud profesional como gestor del área de publicidad de la empresa  
Diseñar campañas completas de publicidad.

## COMERCIO EXTERIOR

### Objetivos

4 ECTS

Introducción al Comercio Exterior  
El Derecho Aduanero Comunitario  
Barreras y protección exterior  
Medios de pago Internacionales.  
Régimen aduanero comunitario  
El transporte internacional  
Condiciones de entrega de mercancía: INCOTERMS 2000  
Los documentos del comercio exterior

Gestionar dentro de la organización todo el proceso de internacionalización  
Planificar procesos de comercio exterior  
Planificar la internacionalización de productos

## E-BUSINESS

### Objetivos

3 ECTS

Internet  
Lenguaje xml  
Introducción a e-bussines: modelos de negocio  
e-commerce  
Modalidades de comercio electrónico  
Usabilidad, estructura y contenido de una web  
Tiendas en la red y catálogos virtuales  
Formas de pago y sistemas de seguridad  
E-gestión comercial  
Marketing y publicidad en internet

Favorecer la búsqueda de nuevos clientes para la empresa a través de las posibilidades que ofrece Internet  
Planificar procesos de venta a través de internet  
Planificar campañas publicitarias y de comunicación a través de internet  
Planificar la gestión de clientes y la organización de la empresa a través de CRM y ERP

## INTRODUCCIÓN A LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES

### Objetivos

3 ECTS

Conceptos clave  
La función de compras  
Sistemas de producción  
Costes de producción  
La gestión de almacén

Adquirir las habilidades y conocimientos necesarios para la dirección de operaciones  
Determinar la cantidad consumida en el proceso productivo para calcular el coste del producto final.  
Controlar inventarios  
Diseñar sistemas productivos.  
Diseñar procesos de compra

## DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES

### Objetivos

4 ECTS

Conceptos clave  
La planificación del departamento comercial  
La selección del equipo comercial  
Formación y desarrollo del equipo comercial  
Dirección por objetivos  
Retribución de equipos

Adquirir los conocimientos y habilidades necesarias para poder dirigir y/o organizar equipos comerciales  
Planificar el departamento comercial y la necesidad de personal  
Adquirir habilidades para la correcta selección del equipo.  
Organizar la formación y desarrollo del equipo comercial  
Establecer la correcta retribución del equipo comercial

## MERCADOS FINANCIEROS

### Objetivos

4 ECTS

Gestión de activos de renta fija  
Cartera de valores. Mercado de valores  
Derivados  
Project finance  
Fusiones y adquisiciones  
Financiación internacional  
Capital riesgo

Introducir los conceptos y teorías en que se basan los mercados financieros con el fin de poder gestionar excedentes de tesorería.  
Conocer el funcionamiento del mercado de valores  
Aprender las bases de la gestión de carteras y activos  
Analizar fuentes de financiación de empresas

## MBA, Master Profesional en Dirección de Empresas

<b>Titulación entregada</b>	MBA, Master en Dirección de Empresas
<b>Modalidad de estudio</b>	On line/distancia
<b>Duración</b>	72 ECTS/ 18 meses
<b>Periodo de matriculación</b>	ABIERTO

### ADMISIÓN Y MATRÍCULA

#### Documentación de matrícula

- Formulario de inscripción
- Curriculum Vitae.
- Carta de motivaciones.
- Copia del título universitario y/o  
Acreditación de experiencia profesional de al menos dos años en el área de dirección de empresas
- Copia de documento de identidad.
- Cualquier otro documento acreditativo que pueda ser valorado positivamente en el proceso de admisión.

#### Requisitos de acceso

- Titulación universitaria y/o  
Experiencia profesional de al menos 2 años en el área de dirección de empresas
- Presentación de documentación de matrícula
- Superación de proceso de admisión (test de habilidades y conocimientos y entrevista)

#### Presentación de documentación de matrícula

