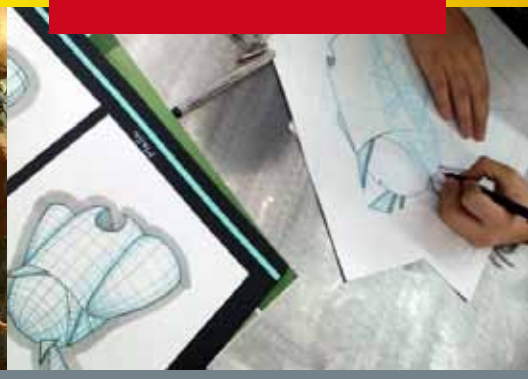
MBA Bilingüe

ENGLISH • SPANISH

EUROPA • AMÉRICA

2012



MBA

Master in Business Administration

en Dirección de Marketing

DESDE UN EJECUTIVO POTENCIAL, A UN EJECUTIVO CON RESULTADOS

Objetivos del programa

El MBA en Dirección de Marketing busca formar en las estrategias, políticas y tácticas del marketing así como preparar a nuestros estudiantes para dar respuesta al entorno y al cambiante mercado actual anticipando sus necesidades y descubriendo las oportunidades para promocionar los productos o servicios de las empresas.

Objetivos Específicos

1. Dominar las técnicas de investigación de mercado más actuales y los métodos de análisis de los resultados en función de las políticas y estrategias comerciales de la empresa y traducirlas a acciones concretas sobre el mercado.
2. Planificar y gestionar la actividad de marketing de la empresa.
3. Desarrollar planes de marketing adecuados al contexto general de la empresa.
4. Saber integrar la visión y los objetivos generales de la empresa con las políticas y las estrategias de marketing.
5. Dar respuesta a preguntas clave como: qué desea el consumidor y/o el cliente, cuándo lo quiere, dónde lo quiere, cómo desea comprarlo, cuánto quiere comprar y cuánto está dispuesto a pagar por ello.
6. Brindar al estudiante un alto enriquecimiento cultural, tanto personal como profesional en el desarrollo de su actividad diaria, transformando finalmente el coste de formación en productividad para la empresa y las organizaciones.

Ficha técnica

MBA en Dirección de Marketing

Duración

24 meses

Título

Master in Business Administration

con especialidad en

Dirección de Marketing

Dirigido a

Profesionales y futuros directivos en áreas de Marketing. Emprendedores que necesiten contrastar e impulsar sus proyectos y ampliar sus conocimientos técnicos con nuevas herramientas y tecnologías, desarrollando a la vez su perfil directivo. Profesionales de diferentes sectores que persigan el desarrollo de nuevos productos y mercados. Profesionales con vocación de crecimiento en áreas comerciales, de marketing y de comunicación.

Para qué te prepara

Desarrollar las habilidades técnicas y personales que caracterizan a los directivos de marketing con una amplia visión de la empresa y capaces de afrontar los desafíos del mercado actual con su gestión estratégica.

Requisitos indispensables

Tener un nivel mínimo de licenciatura y dos años de experiencia laboral en el campo.

Fecha de inicio

Consulte con su persona de contacto

Te presentamos un MBA diseñado para resultados...

Diseñado para que descubras ilimitadas oportunidades de negocios combinando el conocimiento, habilidades y la experiencia de una escuela de negocios de clase mundial, especializada en la formación online de directivos en más de 20 países.

Fase 1
4 meses

1 ALTA GERENCIA

- OVERVIEW DE ALTA GERENCIA
- GOBIERNO CORPORATIVO
- ETICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL
- BUSINESS INTELLIGENCE
- DYANMIC BUSINESS MODEL
- ESTRATEGÍA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES
- ESCENARIOS EMPRESARIALES ETRATÉGICOS
- IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL ESTRATÉGICO
- CONTROL Y MEDIACIÓN DEL RENDIMIENTO
- INNOVACIÓN DE LA ALTA DIRECCIÓN
- DIRECCIÓN E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA
- GESTIÓN ESTRATÉGICA DE COMPETENCIAS

2 RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

- ANÁLISIS DE CONFLICTO
- INSTITUCIONES NO JURISDICCIONALES
- TEORÍA Y TÉCNICA DE LA NEGOCIACIÓN
- CONCILIACIÓN
- MEDIACIÓN
- PREPARACIÓN PARA DISEÑAR EL PROCESO
- INICIANDO EL PROCESO DE MEDIACIÓN
- COMPORTAMIENTO DE LOS GRUPOS
- DEL CAOS AL ORDEN: CREAR EL CLIMA
- MOTIVACIÓN A LOS DEMÁS
- FORMALIZAR ACUERDOS
- GENERAR IDEAS Y ACTUAR

Fase 2
4 meses

3 COMERCIO INTERNACIONAL

- GLOBALIZACION
- ECONOMÍA INTERNACIONAL
- DIFERENCIAS ENTRE PAISES
- PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN
- SISTEMA MONETARIO INTERNACIONAL
- INTEGRACIÓN ECONÓMICA
- EMPRESAS MULTINACIONALES (EM)
- ESTRATEGIAS DE COLABORACIÓN
- ESTRATEGIAS DE CONTROL
- IMPUESTOS MULTINACIONALES
- ESTRATEGIAS DE EXPORTACIÓN E IMPORTACIÓN
- ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS

4 MARKETING INTERNACIONAL

- MERCADO ELECTRÓNICO MUNDIAL
- MERCADOS REGIONALES
- ENTORNO ECONÓMICO GLOBAL
- ENTORNOS SOCIALES Y CULTURALES
- ENTORNOS POLÍTICO, LEGAL Y REGULADOR
- SISTEMA DE INFORMACION GLOBAL
- TARGETING Y POSICIONAMIENTO
- IMPORTACION Y EXPORTACION
- DECISIONES DE MARCA Y PRODUCTO
- DECISIONES DE PRECIOS
- CANALES DE MARKETING GLOBAL
- DECISIONES DE COMUNICACIÓN

Fase 3
4 meses

5 TRIBUTACIÓN INTERNACIONAL

- FUNDAMENTOS DE LA TRIBUTACIÓN INT.
- DERECHO TRIBUTARIO INTERNACIONAL
- TRATADOS DE IMPUESTOS
- INTERPRETACIÓN DE TRATADOS
- ACUERDOS MULTILATERALES
- SOLUCIONES: DOBLE TRIBUTACIÓN
- SISTEMAS TRIBUTARIOS INTERNOS
- BASES DEL CÁLCULO DE IMPUESTOS
- PÉRDIDAS FISCALES
- INGRESOS PASIVOS
- PAGOS POR REGALÍAS
- IMPUESTO EXTRANEJERO

6 RELACIONES INTERNACIONALES

- PROCESO DE POLÍTICA EXTERIOR
- MACRODECISIONES
- MICRODECISIONES
- DECISIONES DE CRISIS
- MANEJANDO EL MUNDO
- MANEJO DE LOS RECURSOS
- COMPORTAMIENTO DE LOS PAÍSES
- EL RECURSO DE LAS ARMAS
- ORGANIZACIONES INTERNACIONALES
- ECONOMÍA MUNDIAL
- EL SECTOR MONETARIO
- EL SECTOR DEL CAPITAL

Fase 4
4 meses

7 ECONOMÍA INTERNACIONAL

- ESTRUCTURA ACTUAL DE LA BALANZA DE PAGOS
- DETERMINACIÓN DEL TIPO DE CAMBIO
- SISTEMAS DE TIPO DE CAMBIO FIJO
- TIPOS DE CAMBIO FIJO
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO
- TLC DE AMÉRICA DEL NORTE
- UNIÓN EUROPEA
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL
- BANCO MUNDIAL
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO
- SISTEMAS DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA
- GLOBALIZACIÓN EN ECONOMÍAS EMERGENTES

8 ECONOMETRÍA

- INTRODUCCIÓN A LA ECONOMETRÍA
- UNA DISCIPLINA APARTE
- METODOLOGÍA DE LA ECONOMETRÍA
- TIPOS DE ECONOMETRÍA
- REQUISITOS MATEMÁTICOS Y ESTADÍSTICOS
- LA FUNCIÓN DE LA COMPUTADORA
- ORIGEN DEL TÉRMINO REGRESIÓN
- REGRESIÓN MODERNA
- RELACIONES ESTADÍSTICAS
- MODELO DE REGRESIÓN LINEAL SIMPLE
- ANÁLISIS DE CORRELACIÓN
- FUENTES DE DATOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

Fase 5
4 meses

9 PUBLICIDAD

- SEGMENTACIÓN DE MERCADOS OBJETIVO
- INVESTIGACIÓN Y PLANEACIÓN DE MARCA
- MARKETING Y ANÁLISIS DEL CLIENTE
- MEDIOS EFICACES DE PUBLICIDAD
- MEDIOS ELECTRÓNICOS E IMPRESOS
- MEDIOS MASIVOS, RADIO Y TELEVISIÓN
- LADO CREATIVO Y ESTRATEGÍA DE MENSAJES
- PROCESO CREATIVO PARA ANUNCIOS COMERCIALES
- PROMOCIÓN DE VENTAS, EVENTOS Y PATROCINIOS
- INTEGRAR DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN
- SITUACIONES ESPECIALES EN PUBLICIDAD
- ÉTICA EN LA PUBLICIDAD

10 MARKETING

- PROCESO DE MARKETING
- DIRECCIÓN ESTRATEGICA
- MARKETING EN LA WEB 2.0
- ETICA Y RSC EN EL MARKETING
- PSICOLOGÍA DE LOS CONSUMIDORES
- COMPRENSIÓN DEL MERCADO GLOBAL
- RETROALIMENTACIÓN DEL CLIENTE
- DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
- ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS
- MARKETING INTEGRADO Y MARKETING DIRECTO
- MARKETING INTERACTIVO Y MULTICANAL
- PROMOCIÓN DE VENTAS Y RELACIONES PÚBLICAS

Fase 6
4 meses

11 FINANZAS INTERNACIONALES

- MERCADOS Y TRANSACCIONES
- RENDIMIENTO Y RIESGO
- VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO
- VALUACIÓN DE ACCIONES
- TITULOS DE RENTA FIJA
- VALUACIÓN DE BONOS
- ADMINISTRACIÓN DE CARTERAS
- ANALISIS TÉCNICO Y FUNDAMENTAL
- PRODUCTOS DERIVADOS
- FUTUROS SOBRE COMMODITIES
- WARRANTS DE COMPRA Y VENTA
- E-TRADING Y FOREX

12 DIRECCIÓN FINANCIERA

- BASES DE ANÁLISIS FINANCIERO
- UTILIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN CONTABLE
- ANÁLISIS DE RENDIMIENTO
- INTERPRETACIÓN DEL RENDIMIENTO
- ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS
- ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE INVERSIÓN
- ANÁLISIS DE DIFICULTADES FINANCIERAS
- RECURSOS NO OPERATIVOS
- EMPRESAS CON VARIOS NEGOCIOS
- PROYECCIONES FINANCIERAS
- VALORACIÓN DE LA EMPRESA.
- POLÍTICA DE CRÉDITO A CLIENTES.

Pasos para solicitar su matrícula

Paso 1:
Diligenciar la
solicitud de admisión

Cumplimentar la **solicitud de admisión** debidamente llenada, adjuntando la siguiente documentación en formato digital:

- Copia del Título Profesional
- Currículum Vitae con foto y copia del pasaporte o DNI.
- Certificado de estar trabajando **(sólo aplica para los MBA)**
  Language Certificate: TOEFL o IELTS **(Sólo aplica para los MBA y tiene hasta el final del programa para entregarlo)**

Paso 2:
Enviar la
documentación

Luego de diligenciar la **solicitud de admisión**, debe enviarla junto con la documentación mencionada en el paso anterior al e-mail de su **persona de contacto**, con copia a la dirección electrónica del Departamento de Admisiones.

Paso 3:
Evaluación y
decisión final

Una vez que su solicitud ha sido enviada, será examinada por el **Comité de Admisiones Internacionales.** Este proceso podrá tardar aproximadamente de 24 a 72 horas, luego de las cuales será notificado de la decisión del Comité.

Paso 4:
Admisión

Al recibir su **notificación de admisión**, usted tiene hasta la fecha límite de inscripción indicada por su persona de contacto (por lo general 1 semana), para enviar el **comprobante de transacción** correspondiente al pago de los derechos de matrícula.