

MBA Bilingüe
ENGLISH • SPANISH

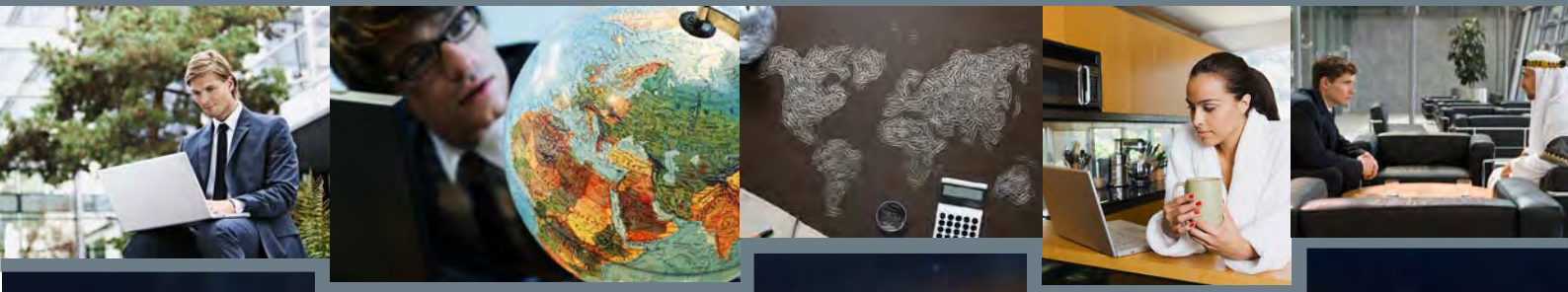
EUROPA • AMÉRICA

2012



MBA Master in Business Administration en Comercio Internacional

DESDE UN EJECUTIVO POTENCIAL, A UN EJECUTIVO CON RESULTADOS



Objetivos del Programa

Objetivo General

El objetivo principal es preparar profesionales en la gerencia de los negocios internacionales, dotándoles de las herramientas y conocimientos necesarios, para participar activamente en el mundo de la empresa internacional.

A través de temáticas económicas, políticas, comerciales y de gestión se espera que el participante adquiera los conocimientos y práctica necesarios para poder analizar las situaciones reales que se plantean, cada día más, en el mundo de los negocios y resolverlas con éxito.

Objetivos Específicos

- 1** Facilitar los conocimientos y herramientas que las empresas necesitan para operar en los mercados internacionales.
- 2** Eliminar las dificultades y barreras que nos encontramos en los primeros momentos al enfrentarnos a una operación internacional, que en muchas ocasiones, son las propias empresas las que se auto-imponen ante el temor o la duda a realizar las operaciones en mercados exteriores desconocidos.
- 3** Desarrollar una visión práctica de cómo dirigir una empresa internacional, mediante el conocimiento, técnicas, herramientas, habilidades y actitudes que van a permitir potenciar su capacidad de análisis, para actuar en cada situación respondiendo a las exigencias de un directivo que opera en los mercados internacionales.
- 4** Analizar las diferentes áreas de negocios que afectan directa y globalmente al Comercio Internacional..
- 5** Saber integrar la visión y los objetivos generales de la empresa con las políticas y las estrategias de negocios internacionales.

Ficha Técnica del MBA

Duración

24 meses

Título

Master in Business Administration

con especialidad en

International Commerce

Dirigido a

Profesionales y futuros directivos de departamentos comerciales, financieros, logísticos, jurídicos, y marketing; o en sus filiales y delegaciones en el exterior. Pequeñas y medianas empresas (pymes), dirigiendo y coordinando su proceso de internacionalización, y gestionando todos los aspectos relacionados con la exportación: análisis de mercados exteriores, búsqueda de clientes y distribuidores, organización de ferias, gestión del transporte, etc.

Para qué te prepara

Preparar al alumno para trabajar en el departamento de internacional de una empresa (exportación, inversiones), proporcionándole a este fin una formación práctica y de utilidad directa. Facilitar un amplio conocimiento sobre las diferentes modalidades de ayudas para la internacionalización de las empresas, procedentes del ámbito nacional, comunitario y de tipo internacional a las que se puede acceder. Dotar al alumno de los conocimientos prácticos y teóricos y en las habilidades necesarias para desenvolverse en los mercados internacionales, permitiéndole plantear situaciones y tomar decisiones

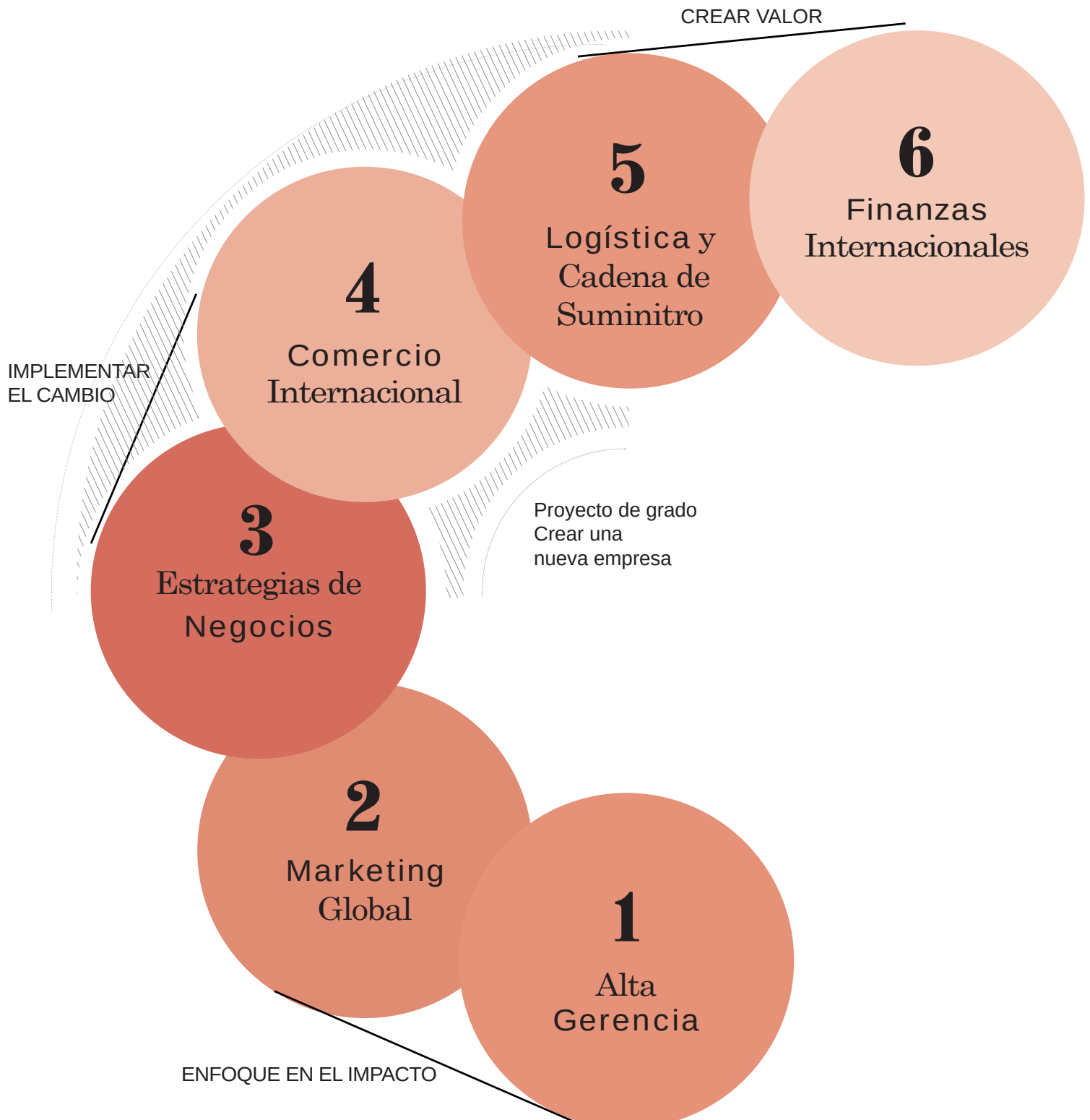
Requisitos indispensables

Tener un nivel mínimo de licenciatura y experiencia laboral mínima de 2 años.

Estructura del MBA

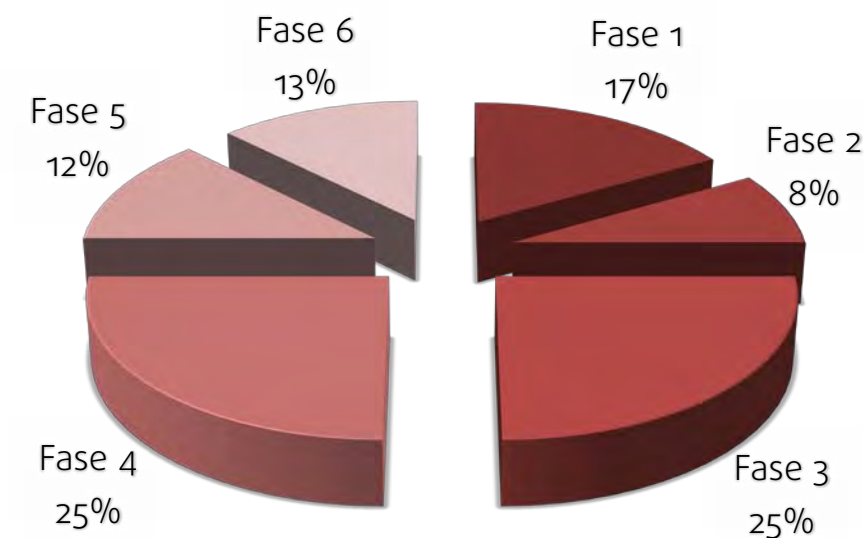
Estructurando la Excelencia

Estructurar esta excelencia académica no es tarea sencilla, pero el currículum trata de vertebrar un programa riguroso y flexible, que proporcione sólidas habilidades en Recursos Humanos, Alta Gerencia, Marketing y Comercio Internacional. Todo ello conforma un programa ambicioso, que va a suponer un punto de inflexión en las carreras profesionales de nuestros participantes.



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 RECURSOS HUMANOS

- PANORAMA ACTUAL DE LOS RRHH
- GESTIÓN POR COMPETENCIAS
- FLUJOS DE TRABAJO
- ANALISIS DE PUESTOS
- IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
- GESTION DE LA DIVERSIDAD
- RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN
- CAPACITACION DE LA FUERZA LABORAL
- GESTIÓN DEL DESPIDO
- TERCERIZACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS
- GESTION DE LA RETRIBUCIÓN
- GESTION MUNDIAL DE LOS RRHH

7 COMERCIO INTERNACIONAL

- TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL
- MERCANTILISMO
- GANANCIAS DEL COMERCIO
- POLÍTICA ECONÓMICA MUNDIAL
- INSTRUMENTOS DE LAS POLÍTICAS COMERCIALES
- INTERVENSIÓN GUBERNAMENTAL
- DEFENSA DEL LIBRE COMERCIO
- INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA MUNDIAL
- INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA HORIZONTAL
- INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA VERTICAL
- ITEGRACIÓN ECONÓMICA REGIONAL
- GRADOS DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA

8 OPERACIONES DE NEGOCIOS

- EXPORTACIÓN E INMPORTACIÓN
- INTERCAMIO COMPENSADO
- FABRICACIÓN MUNDIAL
- CADENA MUNDIAL DE SUMINISTRO
- SUBCONTRATACIÓN
- ADMINISTRACIÓN DE MATERIALES
- MARKETING MUNDIAL
- ESTRATEGIA PARA DETERMINAR EL PRECIO
- DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
- INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO
- CONTABILIDAD EN EL COMERCIO INTL.
- NORMAS NACIONALES E INTERNACIONALES

Fase 4
6 meses

Fase 2
2 meses

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

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
- PROMOCIÓN DE EVENTOS Y PATROCINIOS
- INTEGRAR DE ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN
- SITUACIONES ESPECIALES EN PUBLICIDAD
- ÉTICA EN LA PUBLICIDAD

9 LOGISTICA

- OPERACIONES LOGÍSTICAS
- FLUJO DEL INVENTARIO
- FLUJO DE LA INFORMACIÓN
- DISPOSICIONES OPERATIVAS LOGÍSTICAS
- FUNCIONES DE LA LOGÍSTICA
- ADQUISICIÓN Y FABRICACIÓN
- ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD TOTAL
- PROCESAMIENTO DE PEDIDOS
- INVENTARIO
- TRANSPORTE
- ALMACENAMIENTO
- EMPACADO Y MANEJO DE MATERIALES

10 CADENA DE SUMINISTRO

- FUNCIONES DE UNA CADENA DE SUMINISTRO
- PROCESOS DE UNA CADENA DE SUMINISTRO
- DISEÑO DE UNA CADENA DE SUMINISTRO
- ESTRATEGIA COMPETITIVA
- MÉTODOS DE AJUSTE ESTRATÉGICO
- DIRECTRICES Y MÉTRICAS DE LA CS
- EL PAPEL DE LA DISTRIBUCIÓN
- E-COMMERCE Y REDES DE DISTRIBUCIÓN
- DISEÑO DE UNA RED DE DISTRIBUCIÓN
- ANÁLISIS DEL FLUJO DE EFECTIVO DESCONTADO
- ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS
- PLANEACIÓN AGREGADA EN UNA C.S.

Fase 5
3 meses

Fase 3
6 meses

5 ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS I

- ESTRATEGIA Y EMPRESA
- EXPANSIÓN GLOBAL
- PRESIONES PARA LA REDUCCIÓN DE COSTOS
- ESTRATEGIA DE ESTANDARIZACIÓN GLOBAL
- ESTRATEGIA DE LOCALIZACIÓN
- ESTRATEGIA TRASNACIONAL
- ESTRATEGIA INTERNACIONAL
- EVOLUCIÓN DE LA ESTRATEGIA
- ORGANIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS INTL.
- MECANISMOS DE INTEGRACIÓN
- SISTEMAS DE CONTROL E INCENTIVOS
- CULTURA ORGANIZACIONAL

6 ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS II

- ESTRATEGIA DE ENTRADA
- COMPROMISOS ESTRATÉGICOS
- FORMAS DE INGRESO
- LICENCIAMIENTO
- FRANQUICIAMIENTO
- EMPRESAS EN COPARTICIPACIÓN
- SUBSIDIARIAS CON PROPIEDAD ABSOLUTA
- SELECCIÓN DE LA FORMA DE ENTRADA
- EMPRESA GREENFIELD
- ADQUISICIONES
- ALIANZAS ESTRATÉGICAS
- BUEN FUNCIONAMIENTO DE LAS ALIANZAS

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.

Fase 6
3 meses

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.