

MBA Bilingüe  
ENGLISH • SPANISH

EUROPA • AMÉRICA

2011

# MBA en Comunicación y Relaciones Públicas

DESDE UN EJECUTIVO POTENCIAL, A UN EJECUTIVO CON RESULTADOS



# Objetivos del Programa

## Objetivo General

El programa tiene un enfoque integrado puesto que la construcción y la gestión de la imagen corporativa es una labor que exige dominar todas las disciplinas de la comunicación.

Se hace un énfasis especial en la determinación de la política de comunicación de la empresa o institución, en el análisis crítico de la misma y en el impacto que tienen sobre ella los imprevistos.

Se cubre a fondo el papel de la dirección de comunicación (DirCom) y de las áreas y sectores en los que se desarrolla su actuación (comunicación externa, interna, operaciones financieras, crisis, etc.).

## Objetivos Específicos

- 1** Comprender la determinación de la política de comunicación de la empresa o institución, en el análisis crítico de la misma y en el impacto que tienen sobre ella los imprevistos.
- 2** Conocer a fondo el papel de la dirección de comunicación (DirCom) y de las áreas y sectores en los que se desarrolla su actuación (comunicación externa, interna, operaciones financieras, crisis, etc.).
- 3** Dominar las técnicas que se emplean desde la redacción de notas de prensa, a la formación de portavoces o a la organización de eventos.
- 4** Conocer y extraer las posibilidades que ofrecen los nuevos medios emergentes digitales y “las nuevas pantallas” de cara a formar parte de soportes con gran capacidad de interactividad en las propuestas creativas.

# Ficha Técnica del MBA

## **Duración**

---

24 meses

---

## **Título**

---

Master in Business Administration

---

## **con especialidad en**

---

Comunicación y Relaciones Públicas

---

## **Dirigido a**

---

Personas que deseen desarrollar una carrera profesional diseñando y gestionando la imagen corporativa de empresas, de instituciones o, en general, de organizaciones de cualquier tipo. Titulación de grado o equivalente.

---

## **Para qué te prepara**

---

Para informar desde las instituciones, desde las empresas, con las reglas, procedimientos, exigencias legales y morales, una ética, una estética y un criterio sobre el que existe reflexión y método. En este programa te prepararemos para ejercer idóneamente las funciones de la Comunicación Institucional como un profesional de primer nivel evitando improvisaciones y errores.

---

## **Requisitos indispensables**

---

Tener un nivel mínimo de licenciatura, ingeniería superior, titulación de grado o equivalentes.

---

## **Fecha de inicio**

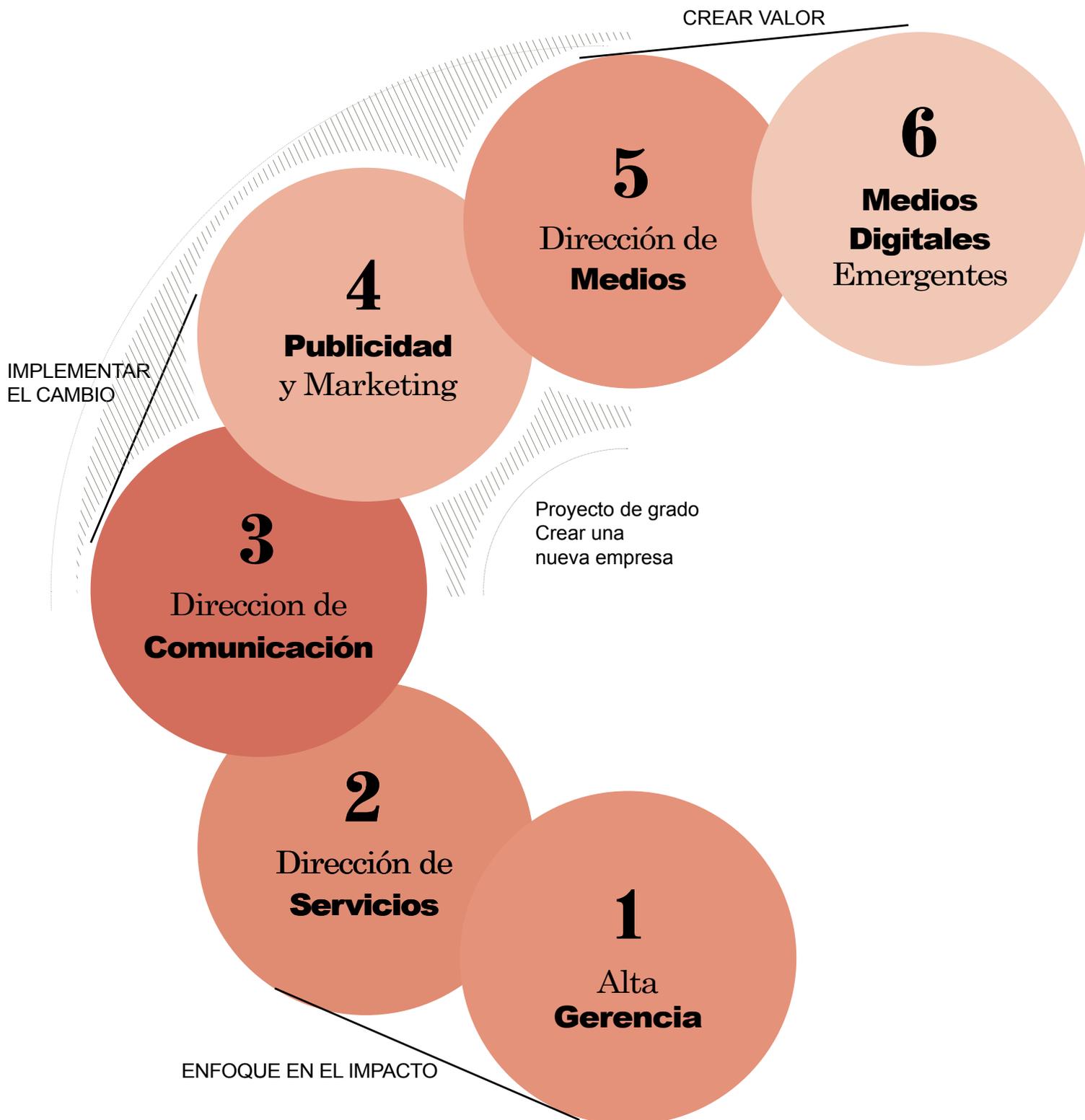
---

Consulte con su persona de contacto.

# Estructura del MBA

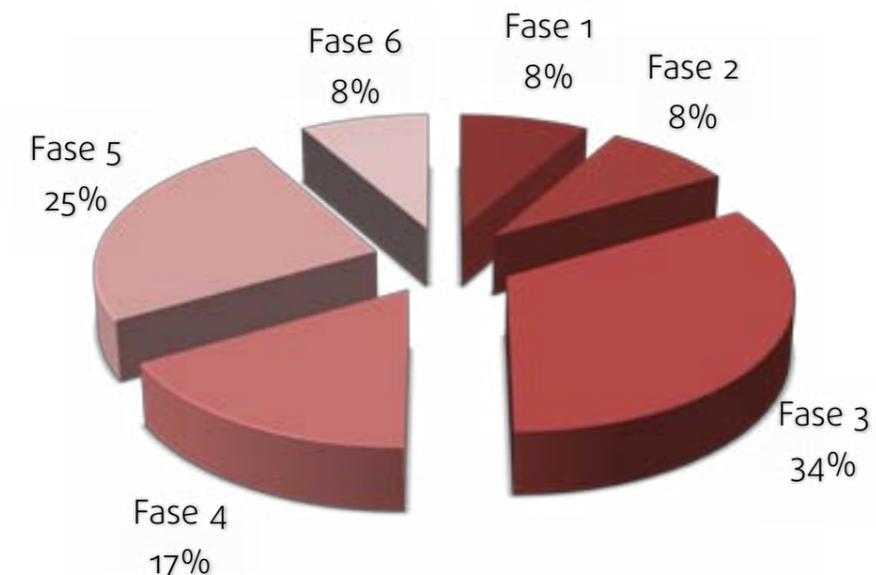
Estructurando la Excelencia

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  
2 meses

## 1 ALTA GERENCIA

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

## 2 DIRECCIÓN DE PROYECTOS

- DISEÑO DEL PROYECTO
- ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO
- PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO
- TEORÍA DEL PROYECTO
- CICLO DE VIDA DE UN PROYECTO
- JUSTIFICACIÓN DE PROYECTOS
- PRESENTACIÓN DE PROYECTOS
- CRONOGRAMA DE PROYECTOS
- CONTROLES DEL PROYECTO
- RECURSOS DEL PROYECTO
- COSTOS DEL PROYECTO
- MANEJO DEL FLUJO EFECTIVO

Fase 4  
4 meses

## 8 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 2  
2 meses

## 3 DIRECCIÓN DE SERVICIOS

- COMPRENSIÓN DEL MERCADO DE SERVICIOS
- DISEÑO DE UN MODELO DE SERVICIOS i
- DIRECCIÓN DE CLIENTES DE SERVICIOS
- INTERFAZ SERVICIO AL CLIENTE
- DISEÑO DE UN MODELO DE SERVICIOS ii
- SISTEMAS DE ENTREGA DE SERVICIOS
- ESTRATEGIAS DE SERVICIOS REDITUABLES i
- GARANTÍAS DE SERVICIOS
- ESTRATEGIAS DE SERVICIOS REDITUABLES ii
- DISEÑO DE UN VALOR ESTRATÉGICO i
- RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- DISEÑO DE UN VALOR ESTRATÉGICO ii

## 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 5  
6 meses

## 7 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 ESTRATEGIA 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

## 9 DIRECCIÓN DE MEDIOS

- MEDIOS MASIVOS
- LIBROS: DIRECCIÓN EDITORIAL
- PERIÓDICOS: DIRECCIÓN LOGÍSTICA
- REVISTAS: DIRECCIÓN DE ENFOQUE
- MÚSICA: DIRIGIENDO ALTERNATIVAS
- RADIO: DIRIGIENDO TENDENCIAS
- CINE: DIRIGIENDO EL FUTURO
- TELEVISIÓN: DIRIGIENDO EL CAMBIO
- INTERNET: DIRIGIENDO LA EXPANSIÓN
- PUBLICIDAD: DIRIGIENDO LA MOTIVACIÓN
- NOTICIAS: DIRIGIR LA IDENTIDAD
- SOCIEDAD: DIRIGIENDO CONCEPTOS

## 10 RELACIONES PÚBLICAS

- PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN
- PERCEPCIÓN INDIVIDUAL Y GRUPAL
- COMUNICACIÓN VERBAL Y NO VERBAL
- COMUNICACIÓN INTERCULTURAL
- COMUNICACIÓN EN LAS RELACIONES
- TÉCNICAS PARA ESCUCHAR Y RESPONDER
- LA ENTREVISTA
- COMUNICACIÓN GRUPAL
- LIDERAZGO EN LOS GRUPOS
- ADAPTACIÓN VERBAL Y VISUAL
- TÉCNICAS PARA HABLAR EN PÚBLICO
- DISCURSO INFORMATIVO Y PERSUASIVO

Fase 3  
8 meses

## 5 DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

- PLAN DE COMUNICACIÓN
- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
- HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN
- INVESTIGACIÓN DE MERCADO
- PLANIFICACIÓN DE MEDIOS
- LA COMUNICACIÓN INTERNA
- LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA
- LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
- LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL
- LA COMUNICACIÓN DE PRODUCTO
- LA COMUNICACIÓN DE LA BANCA
- LA COMUNICACIÓN DEL LUJO

## 6 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 6  
2 meses

## 11 MEDIOS DIGITALES EMERGENTES

- REDES SOCIALES Y COMUNIDADES EN LÍNEA
- SUBASTAS EN LÍNEA
- CONTENIDOS EN LÍNEA
- LA INDUSTRIA EDITORIAL EN LÍNEA I
- LA INDUSTRIA EDITORIAL EN LÍNEA II
- LA INDUSTRIA DEL ENTRETENIMIENTO
- INTERNET: HISTORIA DE SU TECNOLOGÍA
- INTERNET EN LA ACTUALIDAD
- INTERNET: LA INFRAESTRUCTURA FUTURA
- WORLD WIDE WEB
- INTERNET Y WEB: CARACTERÍSTICAS
- SERVICIOS WEB NUEVOS Y PERJUDICIALES

## 12 CREATIVIDAD E INNOVACIÓN

- UN MODELO DE PROGRESO
- INNOVANDO DESDE LA EXPERIENCIA
- CLIENTE Vs. PROYECTO
- DE LA CALIDAD A LA INNOVACIÓN
- DE LA COMUNICACIÓN A LA INNOVACIÓN
- INNOVACIÓN DE MARCAS
- VALORES E INNOVACIÓN
- HACIA UN MODELO DE INNOVACIÓN
- CAMINANDO HACIA EL MODELO
- DEL CLIENTE AL PROYECTO
- DE LA CALIDAD Y LA COMUNICACIÓN AL CLIENTE
- GENIO E INNOVACIÓN: INGENIO

# 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.