

Máster en Dirección General de Empresas (MBA) + Dirección de Marketing, Ventas y Digital Business

ÍNDICE

Presentación.....	2
Contenidos.....	3
Recursos.....	6
Metodología.....	7
Evaluación y calificación.....	9
Orientaciones para el estudio.....	11

MBA+MVDB

ISae

Máster en Dirección General de Empresas (MBA) con especialidad en Dirección de Marketing, Ventas y Digital Business

Duración	2 cuatrimestres
----------	-----------------

Presentación

El Título de **Máster en Dirección General de Empresas (MBA)** permite al alumno adquirir los conocimientos y las habilidades necesarias, tanto teóricas como prácticas, para poder desempeñar funciones de dirección general, dirección estratégica o departamental en una organización, independientemente de su tamaño (desde una empresa familiar hasta una gran corporación global) o de su función (empresa con ánimo de lucro, fundación, organización, etcétera.)

Posteriormente, realizará una **especialidad en Dirección de Marketing, Ventas y Digital Business** que le aportará una cualificación de experto en estas materias.

El **Máster** incluye numerosos casos de empresas reales que permitirá al alumno entender cómo los distintos conocimientos teóricos adquiridos pueden aplicarse en diferentes casos de negocio. Para ello, el alumno cuenta con formación en **dirección financiera**, con énfasis en contabilidad, finanzas e instrumentos de financiación internacional. Además, formación en **dirección de operaciones** orientada a entender la gestión de procesos y la técnica sistematizable de la innovación. También, la **dirección comercial y de marketing** que le permitirá entender la estrategia comercial de la empresa, y por último, la formación en **dirección de personas y habilidades directivas** permitirá al alumno entender y gestionar el comportamiento organizacional y los recursos humanos de la empresa.

Este **Máster** brinda la formación en **dirección general** indispensable para todo aquel que se plantee un desarrollo superior en el plano profesional, tanto dentro de una organización con el objetivo de escalar a puestos más estratégicos, como también para aquellos que deseen iniciar una aventura empresarial propia.

Contenidos

El **Máster en Dirección General de Empresas (MBA) con especialidad en Dirección de Marketing, Ventas y Digital Business** consta de un único curso distribuido en **2** cuatrimestres.

Módulo I. Estrategia y Dirección General

ASIGNATURAS	TEMAS
Herramientas de planificación estratégica y dirección	La planificación estratégica; La ventaja competitiva; Teoría de los recursos y las capacidades; Planificación estratégica de la empresa; Análisis macro y análisis micro del entorno; Cadena de valor; Análisis DAFO; Selección de estrategias; Creando un plan estratégico.
Análisis de situación	Macroeconomía, países y regiones; Mercados globales.
Entorno Legal	Ámbito jurídico y legal de las empresas.
Gestión estratégica de la información y Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	La economía online; Tecnologías de la información; Procesos de información: ERP; Procesos de información: CRM; eBusiness; RSC.
Gestión de la innovación	Innovación sistemática; Innovación en productos y servicios ;

Módulo II. Dirección Financiera y de Control

ASIGNATURAS	TEMAS
Contabilidad y Finanzas	Introducción a la contabilidad; Análisis de los estados financieros; Análisis de costes para la toma de decisiones.
Contabilidad para la dirección	Contabilidad para la dirección; Control y Gestión.
Dirección financiera e instrumentos de financiación	Análisis financiero I. Financiación empresarial; Análisis financiero II. Análisis financiero de inversiones; Instrumentos de financiación internacional.

Mercados financieros	Mercados de capitales; Mercados monetarios; Sistema financiero internacional; Capital riesgo y capital semilla.
-----------------------------	--

Módulo III. Dirección Comercial y de Marketing

ASIGNATURAS	TEMAS
El arte del marketing	Estrategias de comunicación; Marketing de negocios; Plan de marketing; Investigación de mercados; Decisiones producto – precio.
E Commerce	Estrategia digital y eCommerce.
Marketing Digital	Herramientas y conceptos de marketing digital
Dirección comercial	Visión comercial de la empresa; La dirección de ventas; Creación y planificación de una red de ventas; Selección, retribución y motivación del personal de ventas; Servicio pre y post venta; Gestión multicanal y nuevos modelos de venta; Elaboración de propuestas comerciales.
Negocios y marketing internacional	El comercio internacional; Marketing internacional.

Módulo IV. Habilidades Directivas

ASIGNATURAS	TEMAS
Habilidades Directivas	Coaching; Gestión del Tiempo; Negociación; Comunicación efectiva; Gestión del talento; Gestión de la diversidad; Gestión de crisis.

Módulo V. Dirección de las personas en la organización.

ASIGNATURAS	TEMAS
Dirección de Recursos Humanos	Fundamentos de la dirección de recursos humanos; Gestión de personas; Relaciones laborales; Comportamiento organizacional.

Módulo VI. Dirección de operaciones y tecnología

ASIGNATURAS	TEMAS
Dirección funcional y por procesos	Estructuras organizativas; La empresa horizontal; Gestión de procesos.
Sistemas de información para la gestión de procesos	Sistemas de información para la gestión de procesos.
Dirección en entornos tecnológicos	Diseño y desarrollo de productos. Innovación La gestión de la tecnología.
Dirección y gestión de proyectos	Dirección y gestión de proyectos.
Gestión de Calidad	Gestión de calidad; Gestionando el servicio en la empresa.

Módulo VII. Curso para Emprendedores

ASIGNATURAS	TEMAS
Crear una Empresa	Lean Start-Up & Canvas – Introducción Business Model Canvas Strategic Executive Business Plan MVP Pivots' Pinpointing Marketing your Company & Funds Raising Conclusiones Proyecto
Franquicias	Franquicias.

ESPECIALIDAD

Módulo VII. Dirección de Marketing. (Especialidad)

ASIGNATURAS	TEMAS
Plan de Marketing Global	La Gestión de la Marca y el Producto; Estrategias de fijación de Precios. Costes; Canales de Distribución y Trade Marketing; Canales y Estrategias de Distribución;
Análisis del Entorno y Toma de Decisiones	Marketing Estratégico; Investigación de Mercados; Comportamiento del Consumidor;
Marketing Especializado	Marketing de Servicios Marketing entre Empresas Marketing Internacional Neuromarketing.

Módulo VIII. Ventas (Especialidad)

ASIGNATURAS	TEMAS
Habilidades del Sales Manager	Selección, Retribución y Motivación del Personal de Ventas; Negociación de Acuerdos Comerciales;
Plan de Ventas	Cuadro de Mando Integral (Balance Scorecard); Análisis de Previsiones de Ventas; CRM, y Gestión optimizada de clientes; Gestión de clientes estratégicos (Key Account Management);

Módulo IX. Digital Business (Especialidad)

ASIGNATURAS	TEMAS
Negocios en la Red	La Sociedad del Conocimiento Cambios inducidos por la nuevas tecnologías El Consumidor en la era digital Cadena de Valor en los Negocios Digitales Modelos de Comercio Electrónico Nuevas Oportunidades y Modelos de Negocios; Mobile Business; Emprendimiento en la Red;
Plan de Marketing Digital	Factor tecnológico; El plan de Marketing Digital;

Recursos

Los recursos que tienes a tu disposición para **Máster** son:

» Aula virtual

Es **imprescindible** que para seguir las asignaturas accedas al Aula virtual (en Internet). Una vez dentro del sistema, puedes descargar todo el **material disponible para los módulos**, ver las **clases magistrales** y acceder a la **programación semanal**.

Recibirás tus **claves personales de acceso** al Aula virtual (Usuario y Contraseña) por correo electrónico. Puedes preguntarnos cualquier duda sobre tus claves en el **correo electrónico: soporte@isae.es** (Soporte técnico).

» Guía didáctica

Es la guía que estás consultando en estos momentos. Incluye la información que necesitas para la mejor comprensión del Máster en términos de objetivos, metodología, evaluación y recursos con los que cuentas.

» Calendario anual y semanal

En el aula virtual encontrarás un **calendario anual** que te facilitará las fechas de inicio de los cuatrimestres, módulos y fecha de entrega del **trabajo de fin de máster**.

En el **calendario semanal** encontrarás un detalle del trabajo semanal de las asignaturas que componen el módulo.

Estos calendarios te serán muy útiles para organizar tu tiempo de estudio a lo largo de tu aprendizaje.

Metodología

El Máster está basado en el método del caso para que de forma práctica puedas aprender y perfeccionarte en el campo de la **Dirección de Empresas y de la Dirección de Márketing, Ventas y Digital Business**. Cada asignatura del máster cuenta con un **caso integrador** que se deberá resolver al finalizar la misma. También, cuentas con otras actividades formativas que se han elaborado con el objetivo de adaptar el proceso de aprendizaje a las diferentes capacidades, necesidades e intereses de los alumnos.

El caso:

Al finalizar cada asignatura se propone “el caso” a un grupo-clase para que de forma individual y conjunta se busque la solución a través del análisis y la toma de decisiones. La finalidad del

trabajo con “el caso” es que los alumnos analicen la situación, definan los problemas, lleguen a sus propias conclusiones sobre las acciones que habría que emprender, contrasten ideas, las defiendan y las reelaboren con nuevas aportaciones. Este trabajo individual, grupal y multidisciplinar es posible ya que la característica principal del caso es que generalmente plantea problemas divergentes, es decir, que no tiene una única solución. El caso posiciona al alumno frente a un problema real que exige un enfoque profesional y un trabajo sustentado por el modelo teórico estudiado.

Por lo tanto, el objetivo principal que se persigue con la metodología del caso es formar futuros profesionales que sean capaces de encontrar una solución experta al problema planteado, teniendo en cuenta el contexto social, político-económico, ambiental, humano y legal dado.

Test de autoevaluación:

Es un cuestionario tipo-test que se debe resolver al finalizar el estudio de la asignatura. La calificación del mismo es automática, pudiendo obtener hasta un máximo de 10 puntos, si bien la nota de este test no cuenta para la nota final.

El alumno podrá acceder al test y resolverlo cuantas veces quieras.

Ficha técnica de la asignatura:

Cada asignatura del máster cuenta con una ficha técnica que reúne los **conceptos principales** y ofrece una variedad de **recursos formativos**. En las distintas secciones se sugiere material de lectura, audiovisual y webgrafía recomendada. Te recomendamos hacer un recorrido por cada sección y trabajar cada una de ellas. El objetivo que se persigue es la formación integral del alumno, y que a partir de los recursos ofrecidos se afiance el **auto-aprendizaje** y **actualización** constante.

Estas actividades formativas prácticas se **completan**, por supuesto, con estas otras:

- Estudio personal

- Tutorías

- ✓ Este Máster está dirigido a aquellas personas que deseen adquirir una **formación especializada en el ámbito de la dirección empresarial, de la Dirección de Marketing, Ventas y Digital Business**. Se presenta como una oportunidad para **reciclarse en el mercado de trabajo, aumentar y especializar sus conocimientos, y/o acumular méritos** para ascender en sus trayectorias laborales.

Evaluación y calificación

La **calificación** del **Máster** se compone de 3 partes principales:

EVALUACIÓN	Estudio del Material/Implicación / trabajo en clase (caso práctico, ejercicios)	55% nota final
	Asistencia / puntualidad. (llegar tarde cuenta 1/2 falta de asistencia)	5% nota final
	Proyecto Fin de Máster	40% nota final

MÓDULOS TEÓRICOS

Evaluación continua → 60 %

Se llevará a cabo a través de las actividades formativas de las clases presenciales que componen cada módulo. La evaluación continua engloba la nota media de las **asignaturas** que componen el **módulo**. La calificación de final de cada módulo se obtiene teniendo en cuenta el trabajo realizado en cada una de las asignaturas que lo componen.

Cada **módulo** se evaluará basándose en los siguientes criterios:

- » El **Estudio / la implicación / trabajo activo en** el caso/ejercicios prácticos.....55 %
- » La **asistencia y puntualidad**.....5 %

La asistencia a las clases presenciales es obligatoria, siendo necesario asistir al 95% de las mismas para la obtención del Máster, pudiendo faltar como máximo a 4 clases presenciales.

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Trabajo fin de máster → 40 %

El **Trabajo fin de Máster** consiste en realizar un proyecto sobre un tema relevante y de actualidad en el mundo empresarial. Este trabajo es de **carácter obligatorio** y solo cuando se supere la nota establecida para el aprobado, se completará la calificación con los procedimientos

específicos de evaluación continua definidos.

El Trabajo de Fin de Máster será objeto de seguimiento continuo por parte del **Profesor Tutor**, que será el que finalmente le otorgue el visto bueno final. La evaluación final le corresponderá a una comisión integrada por tres profesores del Máster entre los cuales se encontrará el Profesor Tutor del trabajo. La comisión valorará no solo el proyecto, sino también la defensa oral del mismo.

La **nota final del Máster** engloba los resultados obtenidos por el estudiante en cada uno de los **Módulos** y el **Trabajo Fin de Máster**. Es necesario que el alumno supere con éxito tanto la formación teórico-práctica como el Trabajo de Fin de Máster para aprobar su máster y recibir la titulación correspondiente.

El sistema de calificación se basa en la siguiente escala:

0 – 2,45	Suspenso	(SS)
2,50 – 3,45	Aprobado	(AP)
3,50 – 4,45	Notable	(NT)
4,50 – 5	Sobresaliente	(SB)

Orientaciones para el estudio

Para un mejor aprovechamiento de las **clases presenciales** de carácter obligatorio, resulta necesario que asistas con el **material de clase leído**. El profesor expondrá los puntos más significativos, dejando lugar a que se genere un debate sobre los temas del día. El material de lectura del día podrás descargarlo del aula virtual.

Recuerda que es tan importante el **trabajo y participación activa en clase** como la elaboración del **Proyecto de Fin de Máster**.

Para llevar tu máster al día, puedes **organizar tu tiempo de estudio como desees**, pero ten en cuenta que debes cumplir con las fechas de entrega propuestas.

Nosotros, para ayudarte, te proponemos los siguientes **pasos**:

1º

Desde el Campus virtual podrás acceder al Aula virtual. Es fundamental que **entres periódicamente** en el aula y revises tanto el **calendario** como las **actividades** programadas. También, consulta la **documentación** disponible para descargarla y leerla antes de asistir a clase.

2º

Comienza el trabajo programado del Máster. Observa la **programación semanal** (en cada una de las asignaturas). Allí te indicamos qué parte del temario debes trabajar en cada momento.

3º

Ya sabes qué trabajo tienes que hacer. Accede ahora a la sección **Asignaturas** del Aula virtual. Allí encontrarás el material teórico y práctico del tema correspondiente.

4º

Dedica tiempo a los trabajos prácticos y a las lecturas. En la programación semanal te detallamos cuáles son las actividades correspondientes a cada módulo.

Ten en cuenta estos consejos...

- ✓ Sea cual sea tu plan de estudio, **accede periódicamente al Aula Virtual**, ya que de esta forma estarás al día de las novedades del curso.
- ✓ Recuerda que **no estás solo**: consulta todas tus dudas con tu profesor y tutor utilizando el correo electrónico.
- ✓ **¡Participa!** Siempre que te sea posible debate y aporta tus ideas y opiniones en los trabajos y discusiones en clase. El intercambio de opiniones, materiales e ideas nos enriquece a todos.
- ✓ Y **¡recuerda!**, estás haciendo una especialización: tu esfuerzo y constancia son imprescindibles para conseguir buenos resultados. **¡No dejes todo para el último día!**



www.isae.es | info@isae.es | +34 954 04 72 32 | +34 954 46 11 62

Pabellón Fundación ONCE – Calle Leonardo da Vinci nº 13

Isla de la Cartuja – 41092 - Sevilla