



Descripción

Numerosas encuestas arrojan datos interesantes sobre lo que más valoran las empresas en los perfiles profesionales de los candidatos y hay una clara tendencia que apunta al reconocido título MBA o Máster en Dirección de Empresas. Y es que este posgrado se erige como un factor diferenciador a los ojos de cualquier responsable de Recursos Humanos por el prisma de engranaje global y visión integradora del mercado global que dota a los profesionales y que optimiza las labores de cualquier departamento, alineándolos con los objetivos empresariales marcados.

De esta actual necesidad, nace el Máster en Dirección de Empresas o MBA, que proporciona los conocimientos más avanzados para la gestión, planificación y dirección de compañías de todos los tamaños y sectores. El Máster se enfoca en la capacidad de aplicar dichos conocimientos en dirección, asesoramiento y evaluación de empresas, al tiempo que desarrolla habilidades directivas, ajustándose a la necesidad real de las empresas en la actualidad que demandan perfiles ejecutivos con una visión global e integradora de todas sus áreas funcionales.

Esta visión global e integradora de todos los departamentos es uno de los factores diferenciadores. El equilibrio entre docentes profesionales de diferentes sectores, la calidad contrastada que avala la universidad y la experiencia de 12 años impartiendo el programa conforman la combinación perfecta para que el alumno se nutra de verdadera experiencia y, al mismo tiempo, asiente todos los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para poder acceder a los puestos de mayor responsabilidad en cualquier empresa.

Cabe destacar que cada profesor del MBA es un referente en su materia, ocupando todos ellos puestos de alta dirección en diferentes áreas de empresas de todos los tamaños, desde grandes corporaciones o multinacionales hasta incipientes y prometedoras start-ups.

Los puntos más destacables de este programa pueden resumirse:

- Visión global de todas las áreas del Máster.
- Contenidos actualizados y adaptados al mundo laboral actual.
- Ampliación de conocimientos y especialización en el mercado laboral.
- Dota a los alumnos de los conocimientos, técnicas y habilidades que demandan las empresas.
- Enfocado a mejorar en el ámbito laboral o bien a conseguir el primer empleo en puestos de dirección de empresas.
- El background de los profesores son la mejor garantía de los conocimientos que se adquirirán al finalizar el Máster.
- Genera una red de contactos entre alumnos y profesores que facilita la inserción en el mundo de la Dirección de Empresas.

Asignaturas

El programa de este Máster está dividido en 6 módulos en los que se abordan un total de 12 asignaturas. A continuación, se incluye una breve descripción de algunas de ellas, de manera que el alumno pueda entender el contenido y enfoque del plan de estudios, cuya duración es de 12 meses.

Marketing y Dirección Comercial

La materia de Marketing y Dirección Comercial pretende ofrecer al alumno un conocimiento profundo de las técnicas utilizadas por los departamentos de marketing y ventas al igual que las sinergias que deben tener para lograr un verdadero enlace entre ambos. En empresas pequeñas o start-ups, ambas funciones tienden a estar unidas, pero la diferenciación entre ambas tareas se vuelve fundamental.

Por un lado, ofrece las soluciones del entorno digital que permitan profundizar en el uso de embudos digitales para captar “leads”. El curso se enfoca en la automatización de todos los procesos y las diferentes soluciones que existen para llevarla a cabo de acuerdo al sector y tamaño de la empresa.

Desde el punto de vista de Dirección Comercial o de ventas, se explica de forma práctica las técnicas y procesos que los departamentos de ventas necesitan adoptar para planificar la estructura de una fuerza de ventas óptima según el perfil de negocio de cada empresa, desarrollar una fuerza de ventas competitiva y gestionar el trabajo de los vendedores para obtener un óptimo desempeño.

Entorno Socioeconómico

La materia ofrece el estudio y análisis de los fenómenos económicos, sociales y políticos que influyen en el entorno empresarial, tales como: las estructuras de mercado, el desempleo, la inflación, el crecimiento económico y la coyuntura política que enmarcan el desempeño de la empresa.

Para tal efecto, se dispone de una serie de herramientas e instrumentos básicos e intermedios útiles que permiten analizar correctamente el entorno de la empresa; Conocer la importancia que tienen las variables del entorno económico y político que tienen influencia sobre la gestión y funcionamiento de las empresas y analizar los efectos de las variables macroeconómicas sobre el equilibrio de la economía a corto y largo plazo.

Entorno Jurídico

Esta asignatura ofrece el estudio y análisis jurídico que influye en el entorno empresarial como son las leyes y las regulaciones que enmarcan el desempeño de la empresa. En definitiva, entender y analizar el marco jurídico aplicado a la gestión empresarial.

Todo el marco jurídico se centra principalmente en la Legislación Española -aunque otro foco importante también será América Latina-, con algunas comparaciones con diferentes países del entorno, especialmente en el ámbito fiscal. Las regulaciones a nivel mercado laboral también marcan las posibles ventajas y desventajas para la creación, desarrollo y cierre de empresas en cada país, por lo que es otro tema clave en el desarrollo de la materia.

Además del aspecto impositivo y el marco laboral, casi todas las empresas están sujetas al marco

jurídico y a los cambios en el mismo que se producen en cada país. Es por ello que la asignatura aborda de manera muy práctica los cambios más importantes de los últimos tiempos, tanto en las leyes españolas como en las regulaciones de la Comunidades Autónomas y de algunos municipios que merecen una mención especial. Siempre comparando con las legislaciones de otros países y/o ciudades que requieren un tratamiento especial.

Creación de Empresas

Esta materia analiza la figura del emprendedor y el contexto en el que este crea su empresa. También se profundiza en la definición del modelo de negocio y en todos los aspectos del análisis de este, especialmente en la viabilidad económico-financiera. Por último, se estudian las fuentes de financiación, la negociación con inversores y el proceso de inversión.

La creación de empresas no se reduce a pequeñas start-ups o spin-offs, sino que también a la expansión de grandes corporaciones, así como la adquisición de nuevos activos que generan nuevas líneas de negocio a compañías ya consolidadas.

En algunos casos, la viabilidad de muchas empresas pasa por la obtención de capital. En esta asignatura se analiza las diferentes formas de lograrlo, las posibles restricciones financieras y se hace hincapié a los preparativos de la salida a Bolsa de una empresa pasando de ser una empresa privada a una empresa cotizada (pública).

Dirección de Comunicación de Empresa

La asignatura de Dirección de Comunicación de Empresa introduce al alumno en los contenidos relacionados con la actuación propia del Departamento de Comunicación en las empresas, las herramientas que tiene a su disposición y las habilidades que debe desarrollar como líder, tanto personales como comunicativas.

Además, el alumno aprende a transmitir esa cultura comunicacional a la cultura empresarial para que sea efectiva su labor. Se realizará, así mismo, una aproximación a la Dirección de Comunicación y el conocimiento global acerca de la comunicación empresarial desarrollada tanto en la comunicación interna como externa.

La comunicación digital en sus diferentes formas adquiere una importancia fundamental en la estrategia general de marca de la empresa. En este punto se hace hincapié en la marca personal de los empleados como parte de la comunicación de marca de empresa.

Estrategia de Empresa

En esta materia los alumnos aprenderán los conceptos que rigen la estrategia de una organización (misión, visión, objetivos estratégicos, etc.) así como a elaborar el cuadro de mando de esta. El alumno aprenderá el comportamiento estratégico en base a la dirección, gestión de calidad, innovación, globalización e internacionalización de la empresa.

Se desarrollan también conceptos muy concretos como la forma de lograr que los objetivos estratégicos sean comprendidos por toda la organización y puestos en práctica por cada departamento.

Desde el punto de vista práctico, se analizan diferentes cuadros de mando y la forma de definir los KPIs estratégicos, cómo presentarlos y las diferentes fuentes para la obtención de la información necesaria.

Dirección en Transformación Digital

En este curso el alumno aprenderá cuáles son las claves de la transformación digital, las metodologías para su implementación y cómo aprovechar las últimas tendencias para impulsar su negocio gracias a internet.

En un momento de globalización y de digitalización acelerada, los cambios afectan directamente al negocio. En este curso el estudiante aprenderá cuál es el alcance de la transformación que afecta al sector, cómo debemos relacionarnos con el nuevo cliente digital y cuáles son las metodologías que permiten dominar, controlar y aprovechar las últimas tendencias que acelerarán y transformarán los diferentes modelos de negocio haciéndolos más competitivos en el escenario de la Transformación Digital.

Dirección Financiera y Contabilidad

Dentro de cualquier tipo de empresa, la Dirección Financiera adquiere un rol fundamental, primero para su supervivencia y luego para garantizar un mínimo de rentabilidad de la operación.

Conceptos como Fundamentos de Contabilidad Financiera, Análisis e interpretación de los estados contables, la Contabilidad de gestión y la Planificación financiera a corto y largo plazo forman parte del esqueleto de esta asignatura.

Al igual que el resto de las materias, tiene un enfoque netamente práctico, en donde compartir experiencias propias, en este caso vividas por el profesor, aporta un valor agregado en la solución de problemas reales en empresas de diferentes sectores industriales.

Dirección de Recursos Humanos

Esta materia introduce la función de recursos humanos y los elementos y actividades relacionados. Se hace hincapié en la importancia actual de RRHH y en la nueva “visión corporativa” de la función.

Se realiza un análisis global del departamento de RRHH y de los aspectos clave como la selección, el liderazgo y la comunicación. Además, trata de analizar el ámbito interno de empresas y organizaciones desde el punto de vista de las personas integradas en ellas, teniendo en consideración tanto el entorno general como el específico.

Bajo este planteamiento, se profundiza en el método People Analytics, mediante el cual se realiza el estudio de las personas que forman la organización, sus destrezas, capacidades y habilidades potenciales como factor de competitividad.

Gestión de Operaciones

La asignatura estudia y analiza las distintas decisiones que un director de operaciones debe desarrollar en el área de producción de una organización: planificación del diseño del producto, elección del proceso productivo y capacidad, localización de la empresa, organización interna, elección de personas, aprovisionamiento y almacenaje, mantenimiento, etc., con el fin de optimizar y mejorar los resultados.

La gestión de operaciones es una asignatura amplia que abarca desde los sectores industriales (manufactura) hasta el sector servicios, en donde la operación se centra en el cliente y no en el producto.

El uso de normativa de calidad, y su acreditación también forman parte de esta asignatura. Las normas más comúnmente utilizadas como la ISO 9001 y la ISO 14001 son desarrolladas desde

el punto de vista de los requisitos para su puesta en marcha en cualquier tipo de empresa con independencia de su sector y tamaño.

Internacionalización de la Empresa

La asignatura estudia los mercados, su segmentación y posicionamiento internacional, la competencia internacional, el producto, precio, distribución y comunicación y el plan de marketing en el ámbito exterior, la organización del departamento comercial de exportación, la selección de mercados exteriores y la entrada en mercados internacionales.

El proceso de internacionalización de una empresa puede ser muy lento o rápido dependiendo de su planificación y de su previo análisis de mercado y riesgos. Por este motivo, en esta asignatura también se enseña a los alumnos cuáles son los pasos previos a una internacionalización, al igual que los tipos de estudios de mercado que deben llevarse a cabo antes de decidir si la internacionalización es viable y, en caso de serlo, los pasos a seguir para desarrollar un desembarco exitoso en los diferentes mercados.

En industrias de servicios, como comercio minorista, turismo y hotelería entre otros, la internacionalización se ve como la obtención de clientes provenientes de otros países. Por ello, llegar a los mismos y poder vender un servicio en tan diferentes mercados, requiere de estrategias y técnicas específicas que se verán a lo largo de la asignatura.

Organización de Empresa

El objetivo de la asignatura es dar los conocimientos básicos necesarios para entender la ubicación competitiva de una organización y aprender a valorar la importancia de la perspectiva estratégica, global e integradora de la empresa y su entorno, así como adquirir una visión general de la dirección de empresas y de los conceptos y herramientas vigentes para la formulación de los objetivos que debe cumplir la empresa, tanto desde el punto de vista teórico, como práctico, identificando las fortalezas y debilidades de una organización y las oportunidades y amenazas del entorno.

Es una asignatura que da sustento a todo tipo de empresas, sin importar el sector, el tamaño o la ubicación geográfica. El alumno que entiende cómo organizar una empresa puede desarrollar su plan de negocios teniendo en cuenta todas las opciones y escenarios posibles, es decir, desarrollando un análisis de sensibilidad de su plan basado en las diferentes opciones que el mercado puede plantear.

Perfil del estudiante

El Máster en Dirección de Empresas (MBA) está pensado para todos aquellos profesionales que deseen adquirir no solo conocimientos teórico-prácticos sobre el funcionamiento empresarial a nivel global sino también desarrollar las técnicas, aptitudes y “habilidades blandas” como comunicación, trabajo en equipo y liderazgo, tan necesarias para la función directiva de cualquier empresa moderna.

El Máster está pensado para que el alumno desempeñe labores como directivo en diferentes áreas, ya que tendrá una *whole picture* de la empresa en su conjunto.

El estudiante, una vez adquirida la formación avanzada que ofrece de carácter especializado y multidisciplinar, puede especializarse profesionalmente en la alta dirección de empresas, facilitando la planificación, gestión, control y organización de las actividades de cualquier organización.

Perfil profesorado UCAM

Los profesores son las verdaderas estrellas del programa. ¿Por qué? La respuesta es que, en España, todos los Másteres Oficiales requieren que un 60% de los docentes sean Doctores y la gran mayoría de los altos ejecutivos y profesionales de casi cualquier sector no lo son, con lo cual se limitan mucho las posibilidades de que impartan clase en un Máster Oficial.

Sin embargo, en nuestros Másteres Ejecutivos, el 90% son profesionales dedicados en profundidad a la asignatura que no sólo imparten, sino que dominan en su vida profesional. ¡Esto garantiza aprender desde el punto de vista práctico y con problemas reales, en pocas palabras, aprender de los mejores! Podemos imaginar que personalidades que tienen tanto que aportar como Steve Jobs, Bill Gates, Amancio Ortega, Carlos Slim o Jack Ma no podrían impartir muchas clases en un Máster Oficial, pero seguramente no te gustaría perder la experiencia de aprender de ellos, ¿no?

El segundo punto es que los profesionales de primer nivel tienen su agenda muy limitada y con continuas variaciones, lo que les hace casi inviable tener clases con un horario prefijado. Sus horarios les impiden en muchos casos la comunicación en tiempo real con los alumnos. De igual modo que si ustedes tienen otras obligaciones además del Máster, una clase a las 10 de la mañana les puede parecer inviable, imaginen con el ritmo que tiene cada uno de sus profesores...

Pero cada profesor está encantado de compartir sus conocimientos, especialmente en un ambiente universitario y con alumnos que están ávidos de entender de forma práctica los retos que se presentan hoy y no hace dos o tres años. De forma asíncrona, los alumnos pueden nutrirse de conocimiento práctico y experiencias reales desde un prisma actual, porque cada uno de ellos está en el tope de la innovación en cada rama de conocimiento.

El mundo universitario se acerca de este modo al mundo empresarial, a la experiencia y al análisis que se lleva a cabo hoy, por los profesionales que están implementando cada día un paso más hacia la innovación. Estos Másteres Ejecutivos están pensados por estos profesores, por los profesionales que conocen en cada momento cuáles son las necesidades de las empresas en las que ellos mismos se están desarrollando, adelantándose además a la demanda que vendrá en pocos años.

En resumen, las empresas tienen líderes, a nivel ejecutivo y a nivel técnico, y estos líderes de la industria son el perfil de cada uno de los profesores de los Másteres Ejecutivos Online que ofrece la UCAM.