



instituto
universitario
de posgrado

Universidad de Alicante
Universidad Autónoma de Barcelona
Universidad Carlos III de Madrid
Santillana Formación

GUÍA DIDÁCTICA
Máster en Administración de Empresas
12ª Edición 2007-2008



Índice

● Introducción al Máster	3
● Objetivo del Máster	5
● Contenido de los módulos	6
● Itinerario de aprendizaje	12
● Autoría de módulos	13
● Plan de trabajo	16
● Actividades y criterios de evaluación	18
● Estudiar en el IUP	19
● Información de interés	21

Introducción al Máster

El Máster en Administración de Empresas (MBA) pretende conseguir que sus hábitos de estudio y trabajo, basados normalmente en el qué se aprende, evolucionen hacia el cómo aplicar los conocimientos adquiridos a un contexto real determinado.

La metodología utilizada es e-learning, entendida como formación a distancia basada en un uso extensivo del ordenador, las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías (Internet, vídeo, CD-ROM, etc.) y que tiene como características fundamentales ser:

- Interactiva, con una comunicación directa y constante entre profesor y alumno, tutor y alumno o alumnos entre sí.
- Rigurosa y de calidad.
- Actualizada permanentemente en los contenidos académicos y profesionales.
- Práctica y orientada a la resolución de problemas y situaciones empresariales.

Los módulos que componen el programa del MBA se centran en la formación en elementos instrumentales esenciales del entorno empresarial (Mercados, Regulación...), en las distintas áreas funcionales de la empresa (Organización, Producción, Finanzas y Marketing) y en las herramientas de control y gestión de la actividad empresarial (Contabilidad, Recursos Humanos y Métodos de Control).

Estos conocimientos los irá adquiriendo, progresivamente, a través de la resolución de situaciones reales que se le irán planteando en cada una de las tareas que componen los módulos.

El campus del IUP crea un Entorno Virtual de Aprendizaje en el que se reflejan los valores que consideramos esenciales para que su experiencia de aprendizaje sea fructífera:

1. **Objetivos y competencias.** Los objetivos generales del Máster así como los específicos de cada módulo están destinados a proporcionar las competencias necesarias que se demandan en un puesto directivo dentro de cualquier área empresarial. La evaluación estará basada precisamente en ese ajuste entre los objetivos que se le planteen y la idoneidad y originalidad con que usted los alcance.
2. **Creatividad y valoración del trabajo.** Un directivo de empresa ha de desempeñar de manera solvente las funciones que le corresponden y estar en condiciones de tomar decisiones creativas y competentes en situaciones que son, al mismo tiempo, similares y cambiantes, como es el escenario de la vida profesional, de modo que la evaluación de su aprendizaje estará basada, sobre todo, en el uso creativo e innovador de los conocimientos adquiridos.
3. **Intercambio de ideas y conocimientos.** El aprendizaje se ve enriquecido por el intercambio de opiniones e ideas entre los alumnos y entre éstos y el profesor, a través de los foros de discusión, correo Inter. Campus, salas de reuniones, videoconferencia y chat.
4. **Capacidad de decisión.** Usted se verá “forzado” a tomar decisiones de manera permanente de acuerdo con la información (situaciones reales a resolver), herramientas (*inputs* para resolver tales situaciones) y recursos que se le proporcionen. Entendemos que el aprendizaje es mayor cuando es ineludible enfrentarse a situaciones reales en las que deben asumirse responsabilidades.

5. **Confianza.** La toma de decisiones incentiva la reflexión y la asunción de responsabilidades, permitiéndose el error como una manera de aprendizaje. Sus profesores se encargarán de guiarle, orientarle y sugerirle caminos de resolución de las tareas adecuados a los objetivos principales.
6. **Importancia de los resultados reales.** Creemos que la sensación de motivación y de consecución de objetivos crece cuando el resultado de lo aprendido tiene una concreción real. Cuando concluya este programa, usted estará en condiciones de dirigir tanto un equipo de trabajo de una gran empresa, como el equipo de una empresa de menor tamaño.

Objetivo del Máster

El objetivo genérico del MBA es la formación de especialistas de alto nivel en los distintos ámbitos de la dirección empresarial y en los nuevos métodos de gestión y administración.

Contenido de los módulos

Módulo 0. Introducción a la contabilidad, a las matemáticas y al programa estadístico Statgraphics

Objetivos:

Repasar, o incorporar, conceptos básicos de la contabilidad y de las matemáticas aplicadas a las finanzas, así como proporcionar una introducción al manejo del programa de análisis estadístico Statgraphics, con el que se trabajará en varios de los módulos del máster, el cual proporciona una rapidez en el procesamiento de datos que nos permite centrar la atención en la interpretación de los resultados.

Contenidos:

Introducción a la contabilidad

1. Conceptos contables básicos.
2. Gastos e ingresos, pérdidas y ganancias.
3. El proceso contable general.
4. Estados contables básicos o cuentas anuales.
5. Introducción a la consolidación contable.

Introducción a las matemáticas

6. Matemáticas financieras.
7. Límites y continuidad de funciones.
8. Sistemas de ecuaciones.
9. Cálculo diferencial y representación de funciones.

Introducción a Statgraphics

10. Introducción al programa Statgraphics: el editor de datos y los *data file*.
11. Obtención de resultados: ventanas de análisis y *statfolios*.

Duración: 4 semanas

Módulo 1. Estadística aplicada a la empresa

Objetivos:

Proporcionar una formación adecuada en los conceptos fundamentales de probabilidad y estadística que permita utilizarlos como instrumentos en los restantes módulos del Máster y en la solución de problemas que se plantean en la empresa. Los alumnos trabajarán con el programa Statgraphics.

Contenidos:

1. Datos de una variable: representaciones gráficas.
2. Datos de una variable: descripción numérica.
3. Datos de dos variables: distribución conjunta.
4. Datos de dos variables: covarianza y recta de regresión.
5. Probabilidad.
6. Variables aleatorias: distribuciones discretas
7. Variables aleatorias: distribuciones continuas.
8. Muestras y estimadores.

9. Intervalos de confianza.
10. Contraste de hipótesis.

Duración: 4 semanas

Módulo 2. Análisis de estados financieros

Objetivos:

Proporcionar los conocimientos necesarios para realizar diagnósticos de las empresas a partir de la información contable que suministren y para distinguir entre empresas solventes, líquidas, rentables o eficientes. Los alumnos, en algunas tareas, utilizarán el programa Statgraphics.

Contenidos:

1. Contabilidad básica.
2. Estados contables adicionales.
3. El análisis por ratios.
4. Cálculo de ratios para una muestra internacional de empresas.
5. Estados contables provisionales.
6. Información de diagnóstico y redundante.
7. Análisis del entorno competitivo.
8. Predicción de beneficios.
9. Predicción de quiebra y suspensión de pagos.
10. Predicción del reparto de dividendos.

Duración: 4 semanas

Módulo 3. Economía de las organizaciones

Objetivos:

Fomentar en los estudiantes el desarrollo de su capacidad analítica, imprescindible en el mundo de la gestión y administración de empresas, particularmente cuando en el ejercicio profesional la toma de decisiones está orientada a la resolución de problemas tales como el diseño de sistemas de incentivos eficientes, la forma más adecuada en la que deben resolverse cuestiones relativas a la compra de ciertos activos, incluyendo empresas proveedoras o clientes de la empresa principal, o la resolución de conflictos con proveedores, clientes u otras empresas que son el resultado de relaciones contractuales, o de contratos mal diseñados para abordar de forma satisfactoria los problemas de la empresa.

Contenidos:

1. Toma de decisiones empresariales.
2. Empresas y Mercados: costes de transacción.
3. Coordinación de las actividades en la empresa.
4. Integración vertical y costes de transacción.
5. Límites y alcance de la empresa.

6. Propiedad de los activos y organización de las actividades económicas.
7. Empresa, incentivos y relación de empleo.
8. Las relaciones entre la propiedad y la dirección de empresa.
9. La propiedad y la dirección de la empresa: mecanismos de control externo.
10. Gestión y propiedad: la empresa pública y los procesos de privatización.

Duración: 4 semanas

Módulo 4. Economía financiera

Objetivos:

Dotar al alumno de las capacidades para analizar los riesgos y recompensas que ofrecen las oportunidades de inversión y financiación de la empresa, así como de un adecuado conocimiento general de los mercados y activos financieros.

Contenidos:

1. Introducción a las finanzas.
2. Valoración de inversiones.
3. Valoración de activos financieros.
4. Evaluación de proyectos de inversión.
5. Eficiencia de los mercados financieros.
6. Rentabilidad y riesgo de las inversiones.
7. Teoría de carteras.
8. Teoría de los mercados de capitales.
9. Introducción a las opciones.
10. Financiación y coste de capital.

Duración: 4 semanas

Módulo 5. Mercados financieros

Objetivos:

Ofrecer una panorámica de mercados e instrumentos de valores poniendo especial atención en las distintas formas que tienen los agentes para invertir y en la legislación y forma de funcionamiento de los distintos mercados financieros.

Contenidos:

1. Introducción a los Mercados financieros.
2. Tipos de Mercados.
3. Mercados de renta variable.
4. Inversión institucional.
5. Mercados de renta fija.
6. Renta fija.
7. Instrumentos derivados.
8. Mercados de derivados.
9. Índices bursátiles.
10. Liquidez de los activos.

Duración: 4 semanas

Módulo 6. Marketing estratégico

Objetivos:

Comprender la relevancia de la adopción de un enfoque de marketing por las empresas. Detectar oportunidades de mercado, orientando a la empresa hacia las mismas y estableciendo relaciones duraderas con los clientes. Aprender a analizar y utilizar estudios de mercado para la toma de decisiones de marketing. Los alumnos trabajarán con el programa de simulación de mercados *Quantum*.

Contenido:

1. Introducción al marketing y a la simulación Quantum.
2. La gestión de marketing en la empresa.
3. Simulación: pasos a seguir y valoración de la situación inicial.
4. Primera decisión de marketing estratégico.
5. Mapas perceptuales.
6. Posicionamiento de marcas en el mercado.
7. Niveles en la respuesta de mercado: modelos y medidas.
8. Marcas: matrices para su análisis.
9. Satisfacción y fidelidad del cliente.
10. Análisis estratégico final.

Duración: 4 semanas

Módulo 7. Dirección general

Objetivos:

Desarrollar los conceptos teóricos del diseño organizativo y de la dirección estratégica y mostrar la aplicación de los mismos a la realidad empresarial. Ejercitar al alumno en la toma de decisiones para la resolución de problemas cotidianos de la empresa.

Contenidos:

1. La estructura de la empresa.
2. Diseño de la microestructura: diseño de puestos.
3. Diseño de la macroestructura: agrupación de unidades.
4. Factores de contexto: tecnología, tamaño y entorno.
5. Introducción a la estrategia (I): análisis del sector industrial.
6. Introducción a la estrategia (II): análisis de la ventaja competitiva.
7. El crecimiento de la empresa (I): integración vertical.
8. El crecimiento de la empresa (II): internacionalización.
9. Dirección estratégica de la tecnología e innovación.
10. El control de los estándares de mercado.

Duración: 4 semanas

Módulo 8. Gestión de operaciones

Objetivos:

Identificar la finalidad de la Dirección de Operaciones, las decisiones estratégicas a adoptar y sus retos ante la nueva economía. Construir modelos cuantitativos y manejar las herramientas computacionales para la ayuda en la toma de decisiones en el área de operaciones.

Contenidos:

1. Naturaleza de las operaciones, sus prioridades competitivas y estrategia de la empresa.
2. Diseño de bienes y servicios y de los procesos de transformación.
3. Herramientas para la toma de decisiones.
4. Gestión de proyectos.
5. Gestión de líneas de espera.
6. Modelos para la localización y el dimensionamiento de instalaciones.
7. Diseño y gestión de la calidad total.
8. Modelos para la gestión de inventarios.
9. Planificación de las necesidades de recursos.
10. Sistema *Just In Time*.

Duración: 4 semanas

Módulo 9. Control de gestión

Objetivos:

Proporcionar conocimientos y técnicas de *management* que permitan diseñar, implementar y utilizar un sistema de control de gestión tanto en los aspectos estratégicos como en los organizativos.

Contenidos:

1. Introducción al control de gestión.
2. Contabilidad y gestión de costes.
3. La medida de los resultados empresariales y los sistemas de costes: *job costing*.
4. La medida de los resultados empresariales y los sistemas de costes: *process costing*.
5. La medida de los resultados empresariales y los sistemas de costes: el sistema ABC.
6. El control de los resultados empresariales y el proceso de presupuestación.
7. Presupuestos flexibles y el sistema a coste estándar.
8. El análisis de las desviaciones: análisis de los resultados empresariales.
9. El control de gestión y la toma de decisiones a corto plazo.
10. El análisis del rendimiento empresarial.

Duración: 4 semanas

Módulo 10. Gestión Estratégica de los Recursos Humanos

Objetivos:

Impartir las directrices más tradicionales en el área de Recursos Humanos y tratar las exigencias que las organizaciones contemporáneas plantean a la misma.

Contenidos:

1. El papel estratégico de Recursos Humanos.
2. Plan de Recursos Humanos y diseño del puesto.
3. Reclutamiento, selección y orientación.
4. Formación y planificación de la carrera profesional.
5. Gestión de la retribución: concepto y elementos.
6. Retribución fija.
7. Retribución variable.
8. Salario emocional y planes de retribución flexible.
9. Gestión internacional de Recursos Humanos.
10. Evaluación de la gestión de Recursos Humanos.

Duración: 4 semanas

Business game

Como colofón del máster, los alumnos participarán en un juego de simulación on-line en el que se toman decisiones sobre las principales áreas de la empresa y en el que podrán poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la impartición del máster.

Objetivos:

1. Dotar a los participantes de una visión global de la empresa y de un planteamiento de estrategias empresariales que consideran la totalidad de la empresa a partir del análisis de sus distintas áreas: Finanzas, Comercial, Marketing, Recursos Humanos y Producción.
2. Complementar su formación, apostando por la integración de los alumnos, la iniciativa, el trabajo en equipo, el aprendizaje activo y el espíritu emprendedor.

Duración: 6 semanas

Itinerario de aprendizaje

El MBA se compone de doce módulos.

Un primer módulo de introducción a la contabilidad, a las matemáticas y al programa estadístico Statgraphics les proporcionará una base común para introducirse en los módulos que propiamente componen el curso.

El itinerario de aprendizaje propuesto es cursar secuencialmente los módulos y sus tareas en el orden establecido.

Aún cuando proponer una secuencia lógica única en el proceso de aprendizaje de las distintas áreas de conocimiento es algo arriesgado y discutible, entendemos que seguir un orden en la realización de las tareas de los distintos módulos le sirve para resolver progresivamente las situaciones propuestas en el módulo que está desarrollando, a la vez que serán *inputs* que utilizará en situaciones propuestas en módulos siguientes.

Como colofón del máster todos los alumnos participarán en un Business Game que les servirá para repasar los conocimientos adquiridos y ponerlos en práctica.

Autoría de módulos

Módulo	Autor
<p>Módulo 0 Introducción a la contabilidad, a las matemáticas y al programa estadístico Statgraphics</p>	<p>Antonio García Zaballos. Economista de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.</p> <p>David Gil Pérez. Profesor Asociado del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Carlos III de Madrid.</p> <p>Aurora Torrente Orihuela. Profesora Ayudante de Escuela Universitaria de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p>Módulo 1 Estadística aplicada a la empresa</p>	<p>Juan Romo Urroz. Catedrático de Estadística e Investigación Operativa de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p>Módulo 2 Análisis de estados financieros</p>	<p>Manuel Núñez Nikel. Profesor visitante de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.</p> <p>Marco Trombetta. Profesor visitante de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p>Módulo 3 Economía de las Organizaciones</p>	<p>Clara Eugenia García García. Profesora titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p>Módulo 4 Economía Financiera</p>	<p>David Camino Blasco. Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.</p> <p>Clara Cardone-Riportella. Profesora titular de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p>Módulo 5 Mercados financieros</p>	<p>Mikel Tapia Torres. Vicerrector de la Universidad Carlos III de Madrid. Catedrático de Economía financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>

Módulo	Autor
<p align="center">Módulo 6 Marketing estratégico</p>	<p><u>Nora Lado Cousté.</u> Profesora titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p align="center">Módulo 7 Dirección General</p>	<p><u>Ester Martínez-Ros</u> Profesora Titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid</p> <p><u>Esther Roca</u> Profesora de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia de Comillas-ICADE</p> <p><u>Andrea Fosfuri</u> Profesor titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p align="center">Módulo 8 Gestión de operaciones</p>	<p><u>Antonio Alonso Ayuso.</u> Profesor titular en la Escuela Superior de Ciencias Experimentales y Tecnología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.</p> <p><u>Javier Martínez Moguerza.</u> Profesor titular en la Escuela Superior de Ciencias Experimentales y Tecnología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.</p> <p><u>José Antonio Alfaro Tamco.</u> Profesor adjunto de Dirección de Producción de la Universidad de Navarra.</p> <p><u>M^a José Montes Sancho.</u> Profesora ayudante de Dirección de Producción y Organización de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>
<p align="center">Módulo 9 Control de gestión</p>	<p><u>Marta Macías Dorissa.</u> Profesora visitante de Economía de la Empresa de la Universidad Carlos III de Madrid.</p> <p><u>Paolo Quattrone.</u> Profesor visitante de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.</p>

<p>Módulo 10 Gestión estratégica de los Recursos Humanos</p>	<p><u>Elizabeth Cabrera.</u> Profesora titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid.</p> <p><u>Raquel Ortega Lapiedra.</u> Profesora asociada de Organización de Empresas de la Universidad de Zaragoza.</p>
--	--

Plan de Trabajo

La impartición de los módulos se realizará conforme al siguiente calendario:

- **Toma de contacto.** Comienza el día 23 de octubre y se cierra el 6 de noviembre de 2007.
- **Módulo 0.** Comienza el día 7 de noviembre y se cierra el día 4 de diciembre de 2007.
- **Módulo 1.** Comienza el día 5 de diciembre y se cierra el día 15 de enero de 2007.

VACACIONES DEL 22 DE DICIEMBRE AL 6 DE ENERO (ambos inclusive)

- **Módulo 2.** Comienza el día 16 de enero y se cierra el día 12 de febrero de 2008.
- **Módulo 3.** Comienza el día 13 de febrero y se cierra el día 11 de marzo de 2008.
- **Módulo 4.** Comienza el día 12 de marzo y se cierra el día 15 de abril de 2008.

VACACIONES DEL 17 AL 23 DE MARZO (ambos inclusive)

- **Módulo 5.** Comienza el día 16 de abril y se cierra el día 13 de mayo de 2008.
- **Módulo 6.** Comienza el día 14 de mayo y se cierra el día 24 de junio de 2008.
- **Módulo 7.** Comienza el día 25 de junio y se cierra el 22 de julio de 2008.
- **Módulo 8.** Comienza el día 23 de julio y se cierra el 17 de agosto de 2008.

VACACIONES DEL 18 DE AGOSTO AL 31 DE AGOSTO (ambos inclusive)

- **Módulo 9.** Comienza el día 1 de septiembre y se cierra el día 28 de septiembre de 2008.
- **Módulo 10.** Comienza el día 29 de septiembre y se cierra el día 26 de octubre de 2008.
- **Business game.** Comienza el día 27 de octubre y se cierra el día 7 de diciembre de 2008.

EXAMEN FINAL PRESENCIAL 31 de enero de 2009

No olvide consultar diariamente los tabloneros y los foros para ver si se han convocado debates en los que tiene que intervenir o las noticias que el profesor haya colgado. Con la misma asiduidad debe consultar el correo interno.

Consulte al profesor cualquier duda sobre el contenido que le pueda surgir y siga avanzando en el estudio.

Es fundamental que sea constante. Mientras que no se familiarice con el lenguaje propio de las materias que tiene que estudiar, posiblemente tendrá mayores dificultades en su aprendizaje, aunque comprobará como, poco a poco, adquiere más conocimientos con menos tiempo y esfuerzo.

La constancia y la dedicación son las garantías del éxito.

Actividades y criterios de evaluación

El Máster en Administración de Empresas está basado en la idea de aprender resolviendo. Es por ello que el aprendizaje se hace sobre la base de la resolución de los casos reales proporcionados en el escenario y, en su caso, de los ejercicios que se le proponen.

Al alumno se le evalúa de forma continua. La nota final de cada módulo es la suma de los resultados obtenidos en la evaluación de cada una de las tareas que lo componen y de la intervención en los foros convocados. La evaluación continua constituye un 70% de la nota final del máster.

Para aprobar el máster el alumno debe cursar **todos** los módulos y aprobar un mínimo del 80% de los créditos para presentarse al examen final.

Estudiar en el IUP

Estudiar en el IUP supone una manera diferente de entender el proceso de enseñanza-aprendizaje. Algunos de los parámetros a los que estamos acostumbrados como alumnos presenciales no sirven cuando estudiamos on line.

La enseñanza tradicional-presencial se basa en el profesor; él es quien controla el proceso.

Las nuevas tecnologías aplicadas al campo de la educación a distancia han hecho que cambie el enfoque en el proceso. Ya no se habla de enseñanza sino de aprendizaje. Usted, como alumno del IUP, se va a convertir en protagonista de su propia formación, en responsable de su propio aprendizaje.

Ventajas del aprendizaje on line frente a la enseñanza presencial

- Ser el agente principal de su propia formación. Consiguiendo así un aprendizaje más activo y significativo.
- Tener una gran flexibilidad horaria. Podrá 'ir a clase' a la hora que más le convenga.
- Estudiar a su propio ritmo.
- Disponer de una atención y seguimiento individualizado por parte de los profesores y tutores.
- Eliminar las barreras espacio-tiempo-personas que le permitirán crear una comunidad virtual para así aprender con los otros y trabajar de forma colaborativa.
- Acceder al IUP desde cualquier ordenador con conexión a Internet.

El alumno del IUP

Ser alumno del IUP requiere, por lo tanto, un cambio en su comportamiento como alumno. A partir de ahora usted es el responsable de su aprendizaje y es necesario que asuma nuevas **funciones**:

- Planificar los tiempos de estudio según sus necesidades.
- Realizar un horario de trabajo.
- Evitar las distracciones.
- Cuestionar la información que recibes.
- Consultar a su profesor.
- Participar en los grupos de trabajo, en los foros, en la comunidad virtual.
- Realizar los ejercicios de autoevaluación para comprobar su progreso en la materia.
- Buscar información externa al curso para completar su formación.

Y también desarrollar determinadas **capacidades**:

- Trabajar en equipo de forma colaborativa.
- Aplicar la creatividad a la resolución de problemas.
- Aprender nuevos conocimientos y asimilar nuevas ideas rápidamente.
- Tomar nuevas iniciativas y ser independiente.
- Identificar problemas y desarrollar soluciones.
- Reunir y organizar hechos.
- Realizar comparaciones sistemáticas.
- Identificar y desarrollar soluciones alternativas.
- Resolver problemas de forma independiente.

Información de interés

Atención al alumno

24 horas

a través del correo electrónico:

info@iup.es

Asistencia técnica

24 horas

a través del correo electrónico:

asistencia@santillana.es

Tutores	Están disponibles en el Campus Virtual a través del correo interno.
----------------	---

Departamento	Teléfono Código de país +34	Fax	E-mail	Horario Peninsular Español
Atención al Alumno	91 744 94 12	91 744 93 02	info@iup.es	Lunes a Viernes 9:30 – 14:00 16:00 – 18:30
Asistencia Técnica	902 215 512	91 744 93 02	asistencia@santillana.es	Lunes a Viernes 9:00 – 19:00

Acceso al Campus Virtual	En www.iup.es haz click en “Campus” Para acceder al Campus necesitarás un usuario y una clave que te serán proporcionados por correo electrónico. Para cualquier problema relacionado con el funcionamiento del Campus Virtual ponte en contacto con el Departamento de Asistencia Técnica
---------------------------------	---

Edificio Grupo Santillana, C/Torrelaguna 60, 28043 Madrid (España)