

Sedes del IUP en
LATINOAMÉRICA

ARGENTINA

Av. Leandro N. Alem, 720
CP 1001
BUENOS AIRES C.F., 1437
Teléfono: +54 11 4119 5000
Fax: +54 11 4119 5023

BOLIVIA

Avda. Arce 2333, entre Rosendo
Gutiérrez y Belisario Salmas
Casilla Postal 3953 LA PAZ
Teléfono: +591 2 244 11 22
Fax: +591 2 244 22 08

COLOMBIA

Calle 80, n°10-23
SANTA FE DE BOGOTÁ
Teléfono: +571 635 12 00
Fax: +571 623 17 51

COSTA RICA

La Uruca, 200 mts. Oeste del edificio
de Aviación Civil n°78
1150 SAN JOSÉ DE COSTA RICA
Teléfono: +506 220 42 42
Fax: +506 220 13 20 / 220 20 02

CHILE

Dr. Anibal Ariztia 1444 - Providencia
SANTIAGO DE CHILE
Teléfono: +562 348 30 74 / 384 30 79
Fax: +562 384 30 20

ECUADOR

Avda. Eloy Alfaro, 2277,
y 6 de diciembre QUITO
Teléfono: +593 244 66 56 / 244 52 58
Fax: +593 226 39 42

EL SALVADOR

C/ Siemens, 51
Zona Industrial Santa Elena
Antiguo Custatlan - LA LIBERTAD
Teléfono: +503 2505 8920
Fax: +503 2278 6066

GUATEMALA

5ª Av. 8-96, Zona 9
GUATEMALA, C.A.
Teléfono: +502 332 04 04
Fax: +502 360 36 07

HONDURAS

Colonia Miraflores Norte, 6ª Avenida
Casa 3.625, bloque 73
TEGUCIGALPA
Teléfono/Fax: +504 231 16 62/228 31 32

MÉXICO

Avda. Universidad, 767
Colonia del Valle
03100 MÉXICO D.F.
Teléfono: +525 55 420 75 30
Fax: +525 55 604 23 04

PANAMÁ

Urbanización Industrial La Locería
Avda. Juan Pablo II, 15
CIUDAD DE PANAMÁ
Teléfono: +507 260 09 46
Fax: +507 260 13 97

PARAGUAY

Venezuela, 276, entre Mariscal
López y España
ASUNCIÓN
Teléfono/Fax: +595 21 202 942 / 213 294 /
214 983

PERÚ

Avda. San Felipe 731 - Jesús María
LIMA, 11
Teléfono: +511 218 10 14
Fax: +511 463 39 86

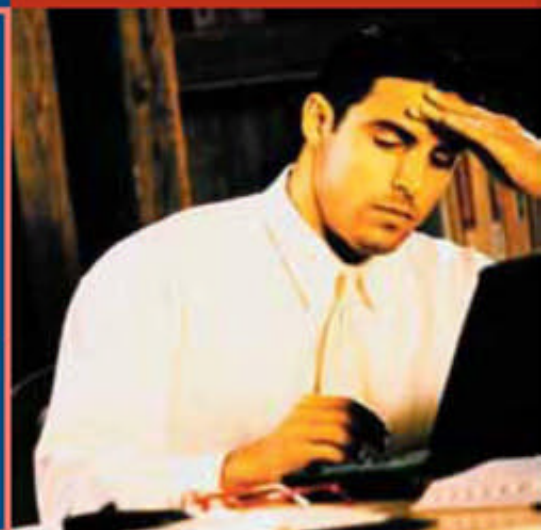
URUGUAY

Constitución 1889
11800 MONTEVIDEO
Teléfono: +5982 402 73 42 / 41 / 72 71
Fax: +5982 401 51 86

VENEZUELA

Avda. Rómulo Gallegos - Sector Montecristo
Edificio Zulia Piso 1
Boleíta Norte, CARACAS 1071
Teléfono: +58 221 235 30 33 / 239 53 32
Fax: +58 212 239 79 52

MÁSTER
EN
DIRECCIÓN
ESTRATÉGICA
Y GESTIÓN
DE LA INNOVACIÓN



CARACTERÍSTICAS

Titulación

Máster en Dirección Estratégica y Gestión de la Innovación.
Título emitido conjuntamente por la Universidad de Alicante, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid.

Dirigido a

- Profesionales del mundo de la empresa cuyas responsabilidades incluyan la toma de decisiones relativas a la implantación o mejora de los procesos de innovación tecnológica dentro de organizaciones empresariales.
- Titulados universitarios superiores que deseen (re)orientar su carrera profesional.

Metodología

Antes de comenzar el programa académico, el alumno debe realizar un curso de toma de contacto con el campus virtual, para familiarizarse con la forma de trabajo en el entorno IUP y la utilización de las distintas herramientas de colaboración y comunicación.

El programa se desarrolla en un entorno virtual donde el alumno resuelve los casos prácticos que se le plantean, interactuando con sus compañeros a través de los foros y el correo web y consultando cualquier duda a los profesores.

Asimismo, el programa integra gradualmente los documentos y herramientas necesarias para cada tarea, con el fin de facilitar al alumno la resolución de los casos.

El aprendizaje es progresivo y la evaluación es continua: se realiza al final de cada ciclo de trabajo por el profesor, quien tendrá en cuenta no sólo el trabajo individual de cada alumno, sino también su participación en las actividades de grupo.

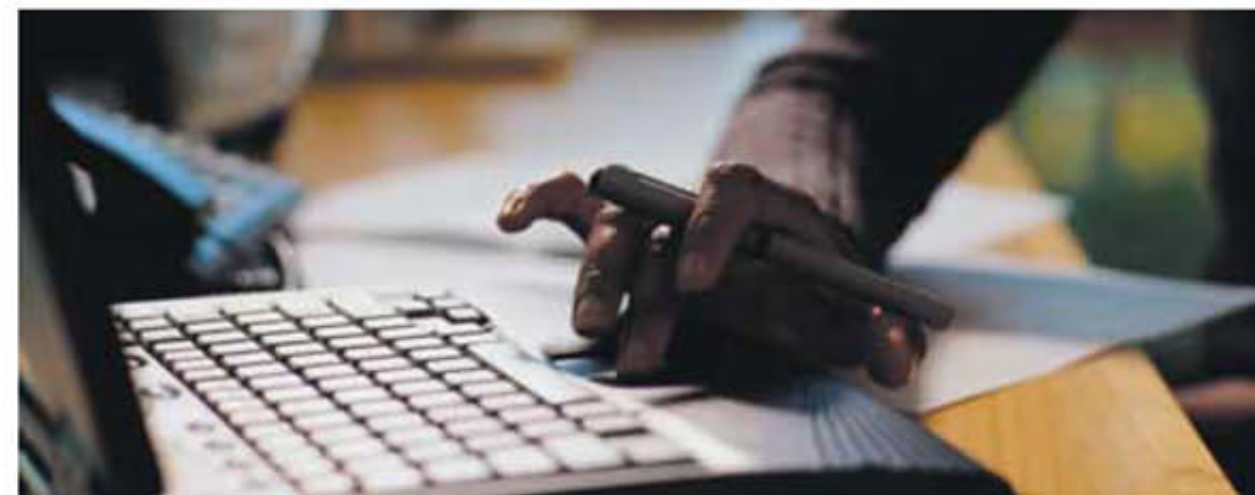
Evaluación

La calificación final se obtiene a partir de:

- La realización de los ejercicios planteados en cada módulo.
- La participación en foros de debate y simulaciones.
- El examen final presencial.

Duración

La impartición del máster se realiza a lo largo de un curso académico, con un total de 500 horas lectivas equivalentes a 50 créditos.



MÁSTER EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

Las Nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones están configurando un nuevo entorno económico, que se define como nueva economía, economía digital o *e-business*. Este entorno se caracteriza por la creciente competitividad, los rapidísimos cambios tecnológicos, la reducción de los ciclos de vida de los productos y la apertura a nuevas oportunidades.

Las empresas están asimilando este nuevo entorno y requieren, cada vez con más urgencia, personas preparadas para introducir mejoras que permitan optimizar los procesos empresariales.

El objetivo del Máster en Dirección Estratégica y Gestión de la Innovación es formar a personas capaces de dirigir proyectos de innovación tecnológica que integren las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en el actual entorno económico.

El programa analiza en profundidad la gestión de la innovación y el estudio de la Sociedad de la Información, con el fin de que los participantes aprendan a percibir las oportunidades profesionales y empresariales que ofrece el uso inteligente de estas tecnologías en las estructuras organizativas.

Con los conocimientos adquiridos será posible crear nuevos productos y servicios en el entorno *e-business*, optimizar los procesos empresariales existentes, tanto en la cadena de aprovisionamiento (SCM), como en la relación con el cliente (*e-commerce* o B2C, CRM, ...), y lograr la capacitación necesaria para una correcta implantación en una organización.

Las empresas requieren, cada vez con más urgencia, personas cualificadas para optimizar los procesos empresariales



PROGRAMA

Sociedad de la Información

- Sociedad de la Información.
- Nueva economía.

Funciones y competencias directivas

- Tareas de dirección.
- Estilos de dirección.
- Formas de trabajo en equipo.
- Dirección por objetivos.

Dirección estratégica

- Caso Robin Hood.
- Caso AOL.
- Caso Telecom Industry in China.
- Caso DELL.
- Caso Eastman Kodak.
- Caso Amazon.com.
- Caso Virgin.
- Caso Freixenet.

Gestión del conocimiento

- Economía del conocimiento.
- Gestión del conocimiento en la empresa.
- GC e innovación.

Gestión de la innovación

- Gestión de la innovación y la tecnología en la empresa (I).
- Gestión de la innovación y la tecnología en la empresa (II).
- Creatividad.
- Gestión de proyectos (I).
- Gestión de proyectos (II). Introducción a Microsoft Project.

Sistemas de Información

- Fundamentos de los Sistemas de Información.
- Sistemas de Información en el contexto empresarial.
- Principales herramientas y Sistemas de Información.
- Implantación de un Sistema de Información.

Dirección de marketing

- Definición del plan de negocio.
- Marketing relacional.
- Marketing de experiencias y gestión de la marca.
- Planificación e implementación de un programa de CRM.
- Medios y sistemas de pago.

Dirección de operaciones

- Estrategia de producción.
- Automatización de la producción.
- Desarrollo de nuevos productos.
- Estrategia de fabricación y cadena de suministros.
- Calidad total y gestión de la calidad.
- Planificación de la producción.

Marco legal del comercio electrónico

- Fiscalidad del comercio electrónico.
- Marcas y nombres de dominio en Internet.
- Propiedad intelectual y publicidad en Internet.
- Marketing y protección de datos en Internet.
- Contratación y firma electrónica.

Valor estratégico de la información

- Internet: sistema de distribución de información.
- Servicios multimedia en la Red: WAP, UMTS y PDA.
- Estrategias publicitarias para servicios on line.

EQUIPO ACADÉMICO

DIRECTOR DEL MÁSTER

Carlos Gualarte.

Profesor titular de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona y Director del Área Académica de Fundación de Industrias de la Información.

Ángel Baena.

Profesor titular de Derecho Financiero y Tributario de la Universidad Autónoma de Barcelona y abogado de Mazars & Asociados.

Jaume Balls.

Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Gerona.

María Barceló.

Directora de Gestión del Conocimiento de PricewaterhouseCoopers España.

Ferrán Busquets.

Responsable de Comercio Electrónico del Banco de Sabadell.

Joan Carol.

Responsable de CRM de Hewlett-Packard.

Miguel Ángel García Cestona.

Profesor titular de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Pere Escorsa.

Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad Politécnica de Cataluña y Gerente de IALE Tecnología.

Esteban Fernández.

Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de Oviedo.

José Antonio Fernández Amor.

Profesor de Derecho Financiero y Tributario de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Rosa Franquet.

Catedrática de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona y Delegada de los Premios Mòbius Barcelona Multimedia.

Marcos Gallardo.

Abogado y asesor fiscal de Mazars & Asociados.

Víctor Giménez.

Profesor de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Magí Lluch.

Director de MicroArt.

Bernat López.

Profesor titular de Comunicación de la Universitat Rovira i Virgili.

Enric Margall.

Departamento de CRM de Hewlett-Packard.

José Luis Martínez Parra.

Profesor titular de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Miquel de Moragas.

Catedrático de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona y Director del Instituto de la Comunicación de la Universidad de Barcelona.

Paolo Priore.

Profesor titular de la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales e Informáticos de la Universidad de Oviedo.

Álex Rialp.

Profesor titular de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Ferrán Rius.

Consultor de Implantación de Sistemas de Información.

Yancy Vaillant.

Profesor de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Stella Veciana.

Ofidna de Relaciones Internacionales de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona.

José M.ª Veciana.

Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad Autónoma de Barcelona y Director del European Doctoral Programme in Entrepreneurship and Small Business Management.

Xavier Vergè.

Profesor titular de Organización de Empresas de la Escuela de Informática de la Universidad Autónoma de Barcelona.

CÓMO FUNCIONA UN MÁSTER ON LINE

Sistema de enseñanza innovador

La metodología de formación on line del IUP se basa en un modelo activo, participativo y colaborativo. Los contenidos se articulan en escenarios basados en situaciones reales o hipotéticas con problemas prácticos de la vida profesional ante los que el alumno debe aplicar estrategias y tomar decisiones. Las estrategias van acompañadas de materiales teóricos seleccionados por su calidad y de comentarios de expertos en la materia. El objetivo es dotar a los alumnos de conocimientos profesionales, pero también de habilidades y destrezas que los capaciten para un mejor desempeño profesional.

Servicio integral al alumno

La impartición es asincrónica, no requiere la fijación de horarios, aunque sí de calendario, debido a la estructura modular y secuencial de los contenidos y a la limitación de la duración del máster.

Es muy importante el apoyo permanente de los profesores, expertos que resuelven dudas, corrigen las actividades y orientan el aprendizaje. También hay recursos de apoyo: biblioteca virtual, enlaces, plantillas, modelos, glosarios, vídeos y audios.



Dinamismo tecnológico

La formación a través de Internet supone un giro de 180° respecto a la tradicional, e incluso respecto a la formación a distancia, basada en los manuales, las fotocopias y el teléfono. El tiempo y el espacio ya no son las variables más importantes en el aprendizaje. El peso recae en los factores como el apoyo constante al alumno o la interactividad de los contenidos, dos de sus principales características, que permiten hablar no de una formación a distancia, sino de una formación que elimina distancias.

Flexibilidad para comunicarse

En el medio virtual, la comunicación es más próxima y personalizada. El alumno se siente persona, no número. No hay colas delante del departamento en reducidas franjas horarias, ni tampoco hay que levantar la mano entre decenas de personas para aclarar una duda. El profesor está a disposición permanente del alumno, que se siente libre de preguntar y de compartir sus experiencias con el resto de sus compañeros.

Exigencia formativa

El contenido formativo es más dinámico, en tres sentidos: dinamismo audiovisual, lo que significa ver y oír opiniones y procesos a los que no llegamos desde la silla del aula; interactividad, o capacidad de poner en práctica de forma inmediata lo que estamos aprendiendo, y actualidad de los contenidos, la posibilidad de incorporar lo último, lo más novedoso, sin necesidad de que salga al mercado como publicación.

OBJETIVOS DEL IUP

El Instituto Universitario de Posgrado es una empresa de formación superior promovida por tres universidades públicas de prestigio: la Universidad de Alicante, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid, y por Santillana Formación, empresa del Grupo Santillana especializada en la formación de adultos a través de Internet.

La existencia de una empresa formada por tres universidades públicas y un grupo privado de educación y comunicación es una iniciativa sin precedentes en España, necesaria para dar una respuesta eficaz y ágil a los cambios que las nuevas tecnologías están introduciendo en la sociedad y, muy especialmente, en el mundo de la empresa y en el de la formación.

El objetivo del IUP es proyectarse como una institución universitaria de alto prestigio académico en el mundo de habla castellana, con una clara orientación latinoamericana, capaz de dar una respuesta global en materia de posgrado a las demandas de la sociedad, las empresas y los profesionales.

Como institución universitaria de alta calidad, el IUP se distingue por la máxima prioridad que concede a la exigencia académica, el rigor científico de los contenidos y su dimensión práctica, la adecuación metodológica, la actualización, la calidad docente y la participación de profesionales de empresas y organizaciones del sector correspondiente.

Es una iniciativa necesaria para dar una respuesta eficaz y ágil a los cambios que las nuevas tecnologías están produciendo en la sociedad y, muy especialmente, en el mundo de la empresa y en el de la formación

