

**Sedes del IUP en
LATINOAMÉRICA**

ARGENTINA

Av. Leandro N. Alem, 720
CP 1001 BUENOS AIRES C.F., 1437
Teléfono: +5411 4119 5000
Fax: +5411 4119 5023

BOLIVIA

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

COLOMBIA

Calle 80, nº10-23
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 nº78
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: +562 384 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
Boleita Norte, CARACAS 1071
Teléfono: +58 221 235 30 33 / 239 53 32
Fax: +58 212 239 79 52



MÁSTER
EN
ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS
(MBA)



CARACTERÍSTICAS

Titulación

Máster en Administración de Empresas (MBA).
Título emitido conjuntamente por la Universidad de Alicante, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad Carlos III de Madrid.

Dirigido a

- Profesionales con experiencia en el sector empresarial que quieren actualizar sus conocimientos.
- Profesionales que quieren orientar su carrera laboral hacia el ámbito de la gestión empresarial.
- Titulados universitarios superiores, de cualquier disciplina, sin experiencia profesional.

Metodología

Antes de comenzar el programa académico, el alumno realiza un curso de toma de contacto con el campus virtual, que le permite familiarizarse con la forma de trabajo en ese entorno y facilitarle el uso 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 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (MBA)

El Máster en Administración de Empresas (MBA) está orientado a profesionales que aspiran a ampliar su responsabilidad dentro de la empresa o gestionar la suya propia, y a recién licenciados que quieren abrirse camino en el mercado laboral.

En las áreas de gestión empresarial, un MBA es un requisito casi imprescindible para acceder a cargos directivos, ya que proporciona conocimientos específicos de gestión y una visión empresarial global, que contribuyen a una dirección estratégica de las empresas.

En el IUP, conscientes de la demanda de personal altamente cualificado y adaptado a las nuevas tecnologías, ofrecemos formación de posgrado eminentemente práctica que garantiza la especialización requerida por las empresas.

La realización del MBA proporciona una sólida formación y capacitación para analizar y resolver las situaciones a las que se enfrenta la empresa moderna, tanto desde el punto de vista de las áreas funcionales como desde la visión estratégica de toda la empresa y las relaciones que establece con otras organizaciones y mercados externos. El alumno adquirirá los conocimientos, capacidades y habilidades directivas que le permitirán ponerse al día en un sector cambiante, responsabilizarse de las diferentes áreas de la empresa y desarrollar nuevas iniciativas empresariales o profesionales.

El MBA ofrece una sólida formación y capacitación para analizar y resolver las situaciones a las que se enfrenta la empresa moderna



PROGRAMA

■ Introducción a la contabilidad y a las matemáticas

- Contabilidad básica.
- Matemáticas.
- Utilización de Statgraphics.

■ Estadística aplicada a la empresa

- Datos de una variable: representaciones gráficas.
- Datos de una variable: descripción numérica.
- Datos de dos variables: distribución conjunta.
- Datos de dos variables: covarianza y recta de regresión.
- Probabilidad.
- Variables aleatorias: distribuciones discretas.
- Variables aleatorias: distribuciones continuas.
- Muestras y estimadores.
- Intervalos de confianza.
- Contraste de hipótesis.

Software Statgraphics 5.0.

■ Análisis de estados financieros

- Contabilidad básica.
- Estados contables adicionales.
- El análisis por ratios.
- Las diferencias internacionales en los estados contables.
- Estados contables provisionales.
- Información de diagnóstico y redundante.
- Análisis del entorno competitivo.
- Predicción de beneficios.
- Predicción de quiebra y suspensión de pagos.
- Predicción del reparto de dividendos.

■ Economía de las organizaciones

- Toma de decisiones empresariales.
- Empresas y mercados: costes de transacción.
- Coordinación de las actividades en la empresa.

- Integración vertical y costes de transacción.
- Límites y alcance de la empresa.
- Propiedad de los activos y organización de las actividades económicas.
- Empresa, incentivos y relación de empleo.
- Las relaciones entre la propiedad y la dirección de empresa.
- La propiedad y la dirección de la empresa: mecanismos de control externo.
- Gestión y propiedad: la empresa pública y los procesos de privatización.

■ Economía financiera

- Introducción a las finanzas y los mercados financieros.
- Fundamentos básicos de la valoración de inversiones.
- Valoración de inversiones.
- Valoración de acciones y obligaciones.
- Evaluación de proyectos de inversión.
- Eficiencia de los mercados financieros.
- Diversificación del riesgo y teoría de carteras.
- Teoría de mercados de capitales.
- Valoración de opciones.
- Financiación y coste de capital.

■ Mercados financieros

- Introducción a los mercados financieros.
- Tipos de mercados.
- Mercados de renta variable.
- Inversión institucional.
- Mercados de renta fija privada.
- Renta fija privada.
- Instrumentos derivados.
- Mercados de derivados.
- Índices bursátiles.
- Liquidez de los activos.

■ Dirección general

- Estructura de la empresa.
- Diseño de la microestructura: diseño de puestos.
- Diseño de la macroestructura: agrupación de unidades.

- Factores de contexto: tecnología, tamaño y entorno.
- Introducción a la estrategia: análisis del sector industrial.
- Análisis de la ventaja competitiva.
- Crecimiento de la empresa: integración vertical.
- Internacionalización.
- Dirección estratégica de la tecnología e innovación.
- El control de los estándares de mercado.

■ Marketing estratégico

- Introducción a la simulación Markstrat 3.
- La gestión de marketing en la empresa.
- Simulación: pasos a seguir y valoración de la situación inicial.
- Primera decisión de marketing estratégico.
- Estudios de mercado.
- Posicionamiento de marcas en el mercado.
- Niveles en la respuesta de mercado: modelos y medidas.
- Marcas: gestión de carteras.
- Satisfacción y fidelidad del cliente.
- Análisis estratégico y plan de marketing.

Juego de simulación Markstrat3.

■ Gestión de operaciones

- Naturaleza de las operaciones, prioridades competitivas y estrategia de la empresa.
- Diseño de bienes y servicios y de los procesos de transformación.
- Herramientas para la toma de decisiones.
- Gestión de proyectos.
- Gestión de líneas de espera.
- Modelos para la localización y el dimensionamiento de instalaciones.
- Diseño y gestión de la calidad total.
- Modelos para la gestión de inventarios.
- Planificación de las necesidades de recursos.
- Sistema *Just In Time*.

■ Control de gestión

- Introducción al control de gestión.
- Contabilidad y gestión de costes.
- *Job costing*.
- *Process costing*.
- El sistema ABC.
- Control de los resultados empresariales y proceso de presupuestación.
- Presupuestos flexibles y el sistema a coste estándar.
- Análisis de las desviaciones.
- Control de gestión y la toma de decisiones a corto plazo.
- Análisis del rendimiento empresarial.

■ Gestión estratégica de los recursos humanos

- El papel estratégico de recursos humanos.
- Planificación de recursos humanos y diseño del puesto.
- Reclutamiento, selección y orientación.
- Formación y planificación de la carrera profesional.
- Gestión de la retribución: concepto y elementos.
- Retribución fija.
- Retribución variable.

- Salario emocional y planes de retribución flexible.
- Gestión internacional de recursos humanos.
- Evaluación de la gestión de recursos humanos.

■ Business game

Juego de simulación on line en el que se toman decisiones sobre las principales áreas de la empresa.

EQUIPO ACADÉMICO

DIRECTORA DEL MÁSTER

Clara Cardone-Riportella

- Profesora titular de Economía Financiera y Contabilidad del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Carlos III de Madrid.
- Directora del Máster en Administración de Empresas presencial de la Universidad Carlos III de Madrid.
- Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Madrid.
- Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Nacional de Cuyo (Mendoza - Argentina).

José Antonio Alfaro. Profesor de Administración de Empresas de la Universidad de Navarra.

Antonio Alonso. Profesor titular en la Escuela Superior de Ciencias Experimentales y Tecnología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Elizabeth Cabrera. Profesora titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid.

David Camino. Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.

Andrea Fosfuri. Profesor titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid.

Clara Eugenia García. Profesora titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid.

Nora Lado. Profesora titular de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad Carlos III de Madrid.

Marta Macías. Profesora asociada del Departamento de Business Administration and Economics de Saint Louis University.

Javier Martínez Moguerza. Profesor titular en la Escuela Superior de Ciencias Experimentales y Tecnología de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.

Ester Martínez-Ros. Profesora titular de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III de Madrid.

M^º José Montes. Profesora ayudante del departamento de Economía Aplicada de la Empresa de la Universidad Carlos III de Madrid.

Manuel Núñez. Profesor visitante de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.

Raquel Ortega. Profesora asociada de Organización de Empresas de la Universidad de Zaragoza.

Paolo Quattrone. Profesor visitante de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.

Esther Roca. Profesora de Administración de Empresas de la Universidad Pontificia de Comillas-ICADE.

Juan Romo. Catedrático de Estadística e Investigación Operativa de la Universidad Carlos III de Madrid.

Mikel Tapia. Profesor titular de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.

Marco Trombetta. Profesor visitante de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Carlos III de Madrid.



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 asíncrona, 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

