



FACULTAD DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS

POSTGRADO:

**II VERSION MBA
MASTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

OBJETIVO GENERAL:

El objetivo central del programa es entregar al alumno, nuevos conocimientos, transmitir destrezas y habilidades, para el diseño e implantación de estrategias de desarrollo integral, que le permita enfrentar de manera eficiente los nuevos desafíos que impone el entorno competitivo y globalizado.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Entregar los elementos fundamentales y actualizados de la gestión de empresas, que le permiten disponer de herramientas y habilidades que impulsen su capacidad de gestión, con una visión integral y estratégica de la organización y su competencia.
- Entregar una formación integral, complementado la conceptualización de materias con su aplicación práctica a problemas empresariales.
- Fortalecer el conocimiento en diferentes áreas de gestión, tales como: marketing, finanzas, responsabilidad y ética empresarial, emprendimiento y gestión, con el propósito de fortalecer su capacidad de gestión hacia una visión integral de la organización.
- Fomentar el desarrollo de la capacidad emprendedora, valorando los riesgos objetivos asociados a las decisiones más importantes al interior de la empresa.

CONTENIDOS:

ECONOMIA INTERNACIONAL Y GLOBALIZACION

Modulo I: ECONOMIAS EMERGENTES

Objetivo: Los alumnos comprendan el funcionamiento de los mercados a nivel agregado, las determinantes de la oferta y demanda, las variables macroeconómicas, la política cambiaria y los cambios macroeconómicos histórica que han afectados la economía chilena.

Modulo II: INTEGRACION ECONOMICA

Objetivo: Los alumnos comprendan el funcionamiento de las economías emergentes y como es su integración económica y monetaria real, y los enfoques de la teoría del comercio internacional.

EVALUACION DE PROYECTOS E INVERSIONES

Modulo I: PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

Objetivo: Al término del curso el alumno deberá manejar las técnicas y conocimientos que le permitan preparar y evaluar proyectos, de tal forma de proporcionar elementos claves para el Proceso de Toma de Decisiones.

Modulo II: GESTION DE PROYECTOS

Objetivo: exponer a los alumnos el trabajo de preparación de proyectos de inversión y su presentación formal

Modulo III: MERCADO DE CAPITALES

Objetivo: Es el estudio y análisis y aplicación de las materias relacionadas con el mercado de capitales, en lo que se refiere a sus desarrollo estructura, funcionamiento, principios e instrumentos que se transan. El entender el proceso evolutivo y conocer la situación actual de un mercado sumamente dinámico, y el familiarizarse con los instrumentos y elementos que permiten actuar dentro de el, constituirá el propósito principal a conseguir

NEGOCIACION Y ETICA EN LA GESTION DE EMPRESAS

Modulo I: NEGOCIACION GERENCIAL

Objetivo: Aplicar técnicas avanzadas de negociación para desenvolverse efectivamente en procesos de negociación interempresariales e intraempresariales; desarrollar aptitudes personales y aptitudes sociales para formar equipos negociadores; distinguir los niveles estratégicos y táctico en la planificación y conducción de las negociaciones, y operar concientemente en cada uno de ellos.; innovar en la planificación de técnicas de negociación para resolver conflictos de distintos niveles

Modulo II: LIDERAZGO GERENCIAL ESTRATEGICO

Objetivo: Entender y ser capaz de establecer la misión, visión y valores; aprender como los lideres de éxito comunican y usan la visión, misión y valores para motivar y construir el compromiso a su estrategia; construir una cultura corporativa que promueve la confianza y consigue creatividad, eficacia y alto rendimiento; desarrollar un estilo de dirección eficaz; saber adaptar su estilo de dirección a las diversas culturas.

Modulo III: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Objetivo: Reflexionar sobre la creación y la transformación tanto personal como empresarial, analizar la diferencia entre jefe y líder, así como el poder de una visión; identificar las claves personales y profesionales del emprendedor; romper con ciertos mitos sobre los empresarios y emprendedores; establecer líneas de actuación dirigidas

Modulo IV: EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL

Objetivo: Los alumnos potenciarán sus talentos y habilidades individuales para crear nuevos negocios en forma dependiente o independiente. Además, los alumnos aprenderán y pondrán en práctica a través de proyectos propios diversas técnicas y aptitudes para crear y desarrollar nuevos negocios en ambientes competitivos y cambiantes.

CONTROL Y ESTRATEGIAS CORPORATIVAS

Modulo I: SIMULACION Y JUEGO DE NEGOCIOS

Objetivo: Los alumnos adquieren los conocimientos y herramientas de análisis necesarios para enfrentarse a importantes decisiones estratégicas que tienen que ver con la organización interna de la empresa (gobierno y control corporativo, procesos de contrataciones, diseño de mecanismos incentivos, etc.); con la relación con agentes externos a la empresa (proveedores, clientes, distribuidores, ente regulador, etc.) y con la posición competitiva de ésta en mercados con diferentes grados de rivalidad.

Modulo II: DIRECCION ESTRATEGICA

Objetivo: Los alumnos analizarán la planificación estratégica, relacionándola con la formulación de políticas, objetivos y planes operacionales, a nivel de negocios y funcional, y comprenderán, desarrollarán y evaluarán decisiones de nivel gerencial desde una perspectiva integral, considerando la organización como una totalidad y su ambiente relevante.

Modulo III: SISTEMAS DE CONTROL DE GESTION

Objetivos: Enfatizar en la utilización de los elementos financieros y no financieros para la toma de decisiones de la empresa. Analizar y estudiar los problemas de la descentralización y los impactos y consecuencias que originan en la estructura organizacional.

OPERACIONES EN UN MUNDO GLOBALIZADO

Modulo I: PLANIFICACION TRIBUTARIA

Objetivo: Conocer los principios que norman el sistema tributario chileno, con énfasis en la obligación tributaria e interpretación y aplicación de normas administrativas, penales y procesales básicas contenidos en el Código Tributario, Ley de IVA y Renta.

Modulo II: E-BUSINESS E INNOVACION

Objetivo: Entender el desarrollo del E-business como un proceso de mejoramiento organizacional sustancial e imprescindible, y conocer las distintas etapas y técnicas asociadas a las estrategias de E-business que permita construir organizaciones que utilicen las herramientas informáticas como base para la toma de decisiones inteligente.

Modulo III: MARKETING AVANZADO

Objetivo: El alumno será capaz de describir la comercialización como una filosofía empresarial, según la cual, todas las actividades de la empresa están orientadas hacia el logro de las necesidades del consumidor.

Modulo IV: MARKETING INTERNACIONAL

Objetivo: Administrar y controlar estrategias de mercadotecnia cuando son aplicadas en varios países. Además desarrollaran una apreciación crítica de los elementos que influyen el trabajo del gerente de mercadotecnia y aprenderán como administrar mercados, productos, clientes en organizaciones globales.

PROYECTOS ORGANIZACIONALES

Modulo I: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

Objetivo: Comprender la metodología de la investigación científica, el proceso de elaboración de un trabajo de investigación y su estructura actual

Modulo II: DESARROLLO ORGANIZACIONAL

Objetivo: Entender el desarrollo organizacional como un proceso de cambio adaptativo, e identificar criterios adecuados a la realidad, utilizando modelos y enfoques de Desarrollo Organizacional.

Modulo III: PRESENTACION DE PROYECTOS

Objetivo: El alumno deberá presentar mensualmente al profesor guía, el avance de su trabajo de investigación, el que evaluará, guiará y orientará al alumno durante el proceso de investigación.

DURACION:

El MBA tiene una duración de 12 meses.

METODOLOGIA DE EJECUCION:

Cada módulo se imparte por equipos de profesores, constituidos por académicos de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad e invitados de otras casas de estudios, con postgrados de Magíster y Doctorado. Se utilizarán sistemas de enseñanza con especial énfasis en la aplicación de los conceptos y herramientas conceptuales estudiadas. La metodología de enseñanza será de tipo

interactiva, propia del aprendizaje de adultos donde las clases expositivas son complementadas con la riqueza de las experiencias y conocimientos de los participantes de modo de profundizar en la comprensión de los tópicos estudiados. Con énfasis en los métodos activos de docencia, se incluyen talleres de integración y desarrollo de destrezas, casos prácticos reales de empresas, simulación de negocios, presentaciones, debates y trabajo en equipo.

PROFESORES:

Carlos Pereira Albornoz

Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. Doctorado en Economía Aplicada, Universidad Autónoma de Madrid. Doctorado en Informática, Universidad Politécnica de Madrid. Consultor de Bancos Centrales y Banco Mundial.

Enrique Sepúlveda Donoso

Ingeniero Comercial, Universidad de Valparaíso. MBA, Magíster en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Santiago de Chile. Doctor en Ciencias Empresariales, Universidad de Cádiz, España. Consultor de Empresas.

Patricio Ossandón Araya

Ingeniero Comercial, Universidad de Tarapacá, MBA, Master en Dirección de Administración y Finanzas. Docente Universitario y Jefe Crédito Caja de Compensación.

Raúl Díaz Sanhueza

Contador Auditor e Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. Master of Arts, Economía. University of East Anglia, Norwich, Inglaterra. Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense, España. Consultor de Empresas.

Gabriel Astorga Cardoza

Contador Auditor, Universidad Diego Portales. MBA, Magíster en Administración de Empresas, Universidad de Chile. Contralor Fundes Multimedia S.A.

Felipe Alfaro Jaramillo

Ingeniero de Ejecución en Informática de Gestión, Universidad Diego Portales. MBA, Magíster en Gestión Empresarial, Universidad Técnica Federico Santa María. Magíster en Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Lleida, España. Gerente de Proyectos Sistal.

Stephan Jarpa Cuadra

Químico Farmacéutico, Universidad de Valparaíso. Master en Marketing y Gestión Comercial, Escuela Superior de Estudios de Marketing Madrid, España. Consultor de Empresas.

Mario Navarro García

Ingeniero Comercial, Universidad del Norte. Magíster en Preparación y Evaluación de Proyectos, P. Universidad Católica de Chile. MBA, Magíster en Administración de Empresas, Universidad Arturo Prat.

José Lagos Vergara

Ingeniero Comercial, Universidad Católica del Norte. MBA, Magíster en Dirección de Empresas, Universidad Adolfo Ibáñez. Asesor y Consultor de Empresas.

Guillermo Fuentes Contreras

Contador Público y Auditor, Universidad de Talca. Ingeniero Comercial, Universidad Tecnológica Metropolitana. MBA, Magíster en Gestión Empresarial, Universidad Técnica Federico Santa María. Director MBA y Director Escuela Ingeniería Comercial Universidad Iberoamericana.

Victor Valenzuela Ruiseñor

Contador Auditor e Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. MBA, Magíster en Administración de Empresas, Universidad Adolfo Ibáñez. Consultor en Gestión de Empresas.

Guido González Jara

Contador Público y Auditor, Universidad de Talca. Magíster en Gestión y Planificación Tributaria, Universidad de las Américas. Auditor Interno Instituto Normalización Provisional y Asesor de Empresas.

Rodrigo Arancibia Coradines

Ingeniero Acústico, Universidad Austral de Chile. MBA, Magíster en Gestión de Organizaciones, Universidad de Valparaíso. Consultor de Empresas.

Patricia Pérez Crignola

Ingeniero Comercial, Universidad de Tarapacá. MBA, Magíster en Administración y Dirección de Empresas, Universidad de Santiago de Chile. Magíster en Informática Educativa, Universidad Tecnológica Metropolitana. Doctorado © en Dirección y Administración de Empresas, Universidad Politécnica de Cataluña, España.

Sergio Becerra Ovalle

Ingeniero Comercial, Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnología. MBA, Magíster en Marketing y Supply Chain Management, University of Tennessee, EEUU. Consultor de Empresas.

Katiuska Reynaldos Grandón

Ingeniero Comercial, Universidad Iberoamericana de Ciencias y Tecnología. MBA, Magíster en Administración de Empresas, Universidad Diego Portales. Master en Gestión Internacional de la Empresa, Escuela de Organización Industrial de Madrid, España. Master en Dirección y Organización de Empresas, Universidad de Lleida. Doctorado © en Gestión Avanzada en Negocios Internacionales, Universidad de Lleida, España.

FECHA DE EJECUCION DEL MBA:

El MBA se ha programado para Agosto 2008 – Agosto 2009, en el siguiente horario cada 15 días:

Viernes: 18:00 a 22:30 horas

Sábado: 08:30 a 15:00 horas

COSTO DEL CURSO:

El curso tiene un costo de: UF 170, UF 10 matrícula y UF 160 Forma de Pago. La matrícula al contado, arancel hasta en 12 cheques o letras.

Descuentos y Promociones:

- 15% a convenios vigentes y 20% ex alumnos Iberoamericana; 50% académicos, 5% Pago Contado

- Durante la inscripción, el alumno deberá documentar o cancelar la totalidad del valor del programa.

PLAZO POSTULACION:

15 de Agosto de 2008

CONTACTOS:

Secretarias del Programa:

Adriana Sepúlveda M.

Fono: 389 90 68

E-mail: asepulveda@unicit.cl

Soledad Carrasco G.,

Fono: 389 90 61

E-mail: scarrasco@unicit.cl

Director Programa MBA

Guillermo Fuentes C.

Fono: 389 91 50

E-mail: gfuentes@unicit.cl