

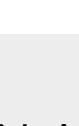
Maestría en

ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

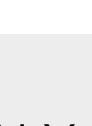
Modalidad presencial



Metodología de enseñanza aplicando estudios de casos y seminarios para el desarrollo de los módulos.



MIEMBRO



TÍTULO MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

DURACIÓN

14 meses académicos
más Trabajo final de Titulación

CARGA HORARIA

1.584
horas

CRÉDITOS ACADÉMICOS

52,4
créditos

MALLA CURRICULAR

ÁREA DE CONOCIMIENTO

Gestión estratégica empresarial

MÓDULOS

Dirección Estratégica
Gestión Estratégica del Talento humano
Gestión Estratégica de la Innovación

Planificación estratégica de marketing

Marketing Estratégico
Gestión de Producto y Marca
Investigación de Mercados y Conductas del Consumidor

Finanzas corporativas

Introducción a las Finanzas
Finanzas Internacionales y Corporativas
Formulación y evaluación de Proyectos

Desarrollo de habilidades gerenciales

Equipos de trabajo de alto desempeño
Liderazgo transformacional en las Organizaciones
Negociación y Manejo de Conflictos

Metodología

Taller de Proyecto Final I
Taller de Proyecto Final II

OBJETIVO DEL PROGRAMA General

Formar profesionales con visión emprendedora e innovadora, capaces de asumir retos gerenciales para dirigir eficientemente áreas, funciones y procesos de las organizaciones de diversos sectores empresariales.

PERFIL INGRESO

La Maestría en Administración y Dirección de Empresas (MADE) está dirigida a profesionales de cualquier disciplina que posean título de Grado.

PERFIL SALIDA

Proyectar y desarrollar planes estratégicos, estructuras organizacionales y principios de gestión administrativa.

Potenciar la capacidad de trabajo en equipo para enfatizar el trabajo multidisciplinario, la capacidad emprendedora e innovadora, de dirección, de gerenciamiento y de liderazgo profesional.

Poseer una visión sistémica y multidisciplinaria sobre la problemática de las organizaciones.

Mostrar capacidad de plantear, realizar y evaluar proyectos de intervención en el ámbito de sus campos disciplinarios.

Analizar el comportamiento de los mercados, financiamiento de negocios, contaduría y finanzas, a fin de proporcionar alternativas de solución a la problemática desarrollo de las organizaciones.

Aplicar los fundamentos y principios de las finanzas corporativas con fines del mejoramiento financiero de las organizaciones.

Manejar en forma eficiente y eficaz las técnicas de obtención de información de marketing y aplicar a la gestión empresarial.

Formular políticas de marketing adecuadas a la estrategia competitiva de la empresa.