

Máster en Dirección Empresarial (MDE)

.....
<http://www.iep.edu.es>



Instituto Europeo
de Posgrado



CEU

*Escuela de Negocios
Madrid*



“Nuestro objetivo es
movilizar el conocimiento
para solucionar problemas
de las empresas”

Titulación otorgada por la Universidad San Pablo CEU (Escuela de Negocios) y el **Instituto Europeo de Posgrado** de Madrid.

Dirigido a profesionales con responsabilidad ejecutiva. Refuerza los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para hacer frente a los retos cada vez más complejos y cambiantes del mundo de la empresa. Fortalece la capacidad de gestión.



El Programa tiene los siguientes objetivos globales:

- Facilita la toma de decisiones, adaptadas a los nuevos retos empresariales y desarrollar actitudes emprendedoras en las actuaciones profesionales
- Adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y aptitudes en el área de la dirección de empresas a través de un amplio y práctico conocimiento de las técnicas de gestión en las diferentes áreas de funcionales
- Desarrollar una visión global e integradora de las organizaciones

Criterios de evaluación:

- Realización de ejercicios en cada uno de los módulos
- Trabajos de evaluación de situaciones y problemas de negocio. Realización de Planes de Actuación
- Colaboración en foros de forma constructiva ayudando a progresar al conjunto de la clase
- *Business Plan* - Proyecto Fin de Máster

Duración:

- 14 meses
- 45 ECTS (1.125 h.) de trabajo efectivo del alumno

IEP

CEU

14 meses
de duración

45 ECTS (1.125 h.)

Dirección general y entorno económico

Abarca los cursos de estrategia competitiva y análisis del entorno. La labor directiva precisa de habilidades políticas y técnicas que conduzcan a hacer planes de acción gobernables que tengan en cuenta la empresa como un todo de modo coherente y completo.

Esta área aúna conocimientos de las demás áreas y da consistencia a todo el Programa.



1 Estrategia competitiva

La estrategia de una empresa puede ser definida por el conjunto de decisiones de negocios con el objetivo de generar resultados financieros óptimos y sostenibles. El objetivo del curso es aportar una guía práctica que pueda ser aplicada en la formulación de una estrategia en un negocio o empresa.

- ¿Necesita su negocio una estrategia?
- ¿Cuál es su estrategia?
- Amenazas y oportunidades
- ¿Es sostenible su ventaja competitiva?
- Decisiones estratégicas de negocio
- ¿Con qué flexibilidad se enfrentará a la incertidumbre?

2 Análisis del entorno

El entorno económico es de crucial importancia para la actividad empresarial. La expansión o recesión económica traen consigo una serie de implicaciones, ya sea directamente o a través de las políticas que los gobiernos aplican, sobre las actividades productivas y de comercio. En este contexto es muy importante que los empresarios no sólo comprendan la lógica económica sino también que sean capaces de predecir cuáles son las políticas que con mayor probabilidad seguirá el gobierno y, en consecuencia, ajusten su comportamiento.

- Introducción al entorno económico
- El mercado de bienes y servicios
- El dinero en la economía
- El mercado de dinero
- El sector exterior
- El mercado de trabajo

Dirección financiera y de control

Integra la contabilidad financiera y de costes, y los cursos correspondientes a las finanzas operativas y estructurales, y la valoración de empresas.

Se abordan los cursos desde la perspectiva de la persona que debe trabajar con la información contable, elaborar previsiones, establecer sistemas de costes y control, de tal manera que tenga una visión integral y útil para la toma de decisiones.



1 Contabilidad financiera

Capacitar para el uso de la contabilidad a fin de recoger, clasificar y resumir acontecimientos de la vida empresarial en unidades monetarias. Se estudia desde la perspectiva de la persona que debe trabajar con la información contable, no del responsable de su preparación.

- Las cuentas: Clasificación
- El balance: Activo y pasivo
- Cuenta de resultados. Beneficio
- Inmovilizado y amortización

2 Análisis de Costes en la toma de decisiones

El curso trata de transmitir el mensaje de que la contabilidad de costes y de gestión debe ser un instrumento para el control de gestión y soporte para la toma de decisiones, teniendo que estar disponible en el menor tiempo posible.

- Conceptos fundamentales y clasificación de costes
- Costes relevantes para la toma de decisiones

3 Financiación empresarial

La planificación es el proceso para determinar objetivos mediante acciones a futuro basadas en la selección de alternativas y estrategias. La base fundamental para un correcto planteamiento de las finanzas a corto, medio y largo plazo radica en la buena calidad de la información contable y su correcto análisis. El objetivo es pasar de la simple recopilación de información al conocimiento, el cual nos permitirá determinar el futuro de la empresa, al gestionar correctamente las misma facilitando la toma de decisiones.

- Planificación financiera: Estructura óptima de capital
- Fuentes de financiación nacionales e internacionales
- Instrumentos de cobros y pagos nacionales e internacionales
- Gestión del circulante
- Gestión a largo plazo
- Gestión del riesgo. Seguro de cambio

4 Análisis financiero y de inversión: Valoración de empresas

Proporciona una idea general del campo de la gestión económico-financiera. Procura en el participante criterio suficiente en la toma de decisiones directivas en el área financiera, tanto a nivel operativo como estratégico. Enseñar a los participantes una metodología eminentemente práctica que permita adquirir una visión completa del proceso de valoración.

- Análisis financiero: Balance y fondo de maniobra
- El estado de tesorería: Estado de origen y aplicación de fondos
- Análisis de las ratios: Liquidez, eficiencia operativa y rentabilidad
- Previsiones financieras a corto y largo plazo
- Análisis de inversiones
- Introducción a la valoración de empresas
- Modelos de valoración de empresas

Dirección comercial y marketing

Una empresa podría tener éxito con procesos deficientes, una gestión de tesorería inadecuada e incluso con un producto obsoleto. Pero no puede funcionar sin clientes. El cliente es lo único imprescindible, el principio, el fin y la razón de ser de la empresa. Captar, retener, fidelizar y aumentar la relación de valor con el cliente. Esto es lo verdaderamente importante.

Esta área incluye marketing estratégico, operativo, internacional, *trade* marketing, *e-commerce*, etc.



1 Marketing estratégico

El objetivo del curso es entender cómo se crea ventaja competitiva para nuestra compañía a través de actividades de marketing. Cinco son las principales maneras de llevarlo a cabo: Entender a nuestros clientes; conocer a nuestros competidores mejor que ellos a nosotros; asignar recursos de marketing; organizar las actividades de marketing; y desarrollar innovaciones de marketing exitosas.

- La orientación al cliente como enfoque de gestión
- Retos de la orientación al cliente
- Segmentación: Cómo son y donde están mis clientes
- Análisis del Entorno: ¿Hacia dónde se mueven los consumidores?
- Situaciones y ventaja competitiva
- Posicionamiento. Una idea clara y distinta en la mente del consumidor

2 Gestión y planificación de ventas

El objetivo de este curso es exponer las distintas responsabilidades que la dirección de ventas tiene en cualquier empresa, entender desde la orientación y las políticas corporativas que las empresas deben tener, hasta la gestión de nuevos modelos de ventas emergentes como es la venta por teléfono, la venta por internet o las fuerzas de ventas subcontratadas, pasando por la planificación, o la gestión de las fuerzas de ventas.

- Estrategias corporativas y visión comercial
- La dirección de ventas
- Planificación de ventas
- Gestión de la fuerza de ventas
- El valor del cliente y el servicio postventa
- La gestión multicanal y los nuevos modelos de venta

Dirección de las operaciones y la tecnología

Desarrollo de la capacidad y habilidad directiva de entender los principales elementos que intervienen en el diseño de los procesos, y de analizar la coherencia de las distintas decisiones que los conforman y su impacto en los indicadores de rendimiento de la empresa. Esta área incluye cursos de fundamento y gestión de los procesos competitivos y gestión de proyectos.

Gestión de los procesos

Introduce los principales elementos que intervienen en el diseño de los Procesos y desarrolla la capacidad de análisis y de evaluación de la coherencia de las distintas decisiones que los conforman, y de su impacto en los indicadores de rendimiento.

- Análisis de un proceso, ¿qué y cómo lo hacemos?
- La fiabilidad del proceso: Una exigencia absoluta
- El tiempo en los procesos: ¿Cómo gestionarlo?
- El coste de los procesos: ¿Cómo optimizar el uso de los recursos?
- El *trade off* flexibilidad-estandarización
- La presencia del cliente: ¿Qué oportunidades/retos incorpora?

Dirección de personas en las organizaciones

Se entrena al participante en la observación, diagnóstico y tratamiento de comportamientos individuales y de grupo, a fin de alinear los objetivos personales con los organizativos sin conculcar la dignidad de las personas ni la eficiencia empresarial.

Fundamentos de la dirección: Liderar con Sentido

Dirigir es una profesión específica que requiere un talante específico, unos conocimientos específicos y unas actitudes específicas. Parte importante de la desgracia personal de todo ser humano la provocan los diversos jefes que le «han tocado en suerte». Tecnificar a los jefes actuales y a quiénes ambicionan serlo en el futuro es el objetivo de este curso.

- De la dirección de personal a la dirección de personas
- Un trabajo diferente para una persona distinta: Nuevas formas de trabajo
- Claves para el diseño de las nuevas relaciones laborales
- El líder que necesita la empresa emergente
- Dirigir personas en la empresa: Capacitación para ser competitivos
- Dimensión ética en la gestión de la empresa

Proyecto Fin de Máster. *Business Plan*

Estructurado en cuatro etapas, cada equipo de trabajo, formado por tres o cuatro participantes, desarrolla un proyecto o iniciativa de negocio, desde la idea hasta el plan de actuación.

Con este proyecto se entrena en el uso de un conjunto de herramientas de análisis, que permiten sistematizar el proceso desde una idea abstracta hasta un plan razonablemente viable de negocio con una sólida justificación financiera.

