AMERICANA POSGRADO

Maestría en

ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Modalidad en vivo

Metodología de enseñanza aplicando estudios de casos y simuladores para el desarrollo de los módulos. → HARVARD BUSINESS IMPACT · QS WORLD UNIVERSITY RANKINGS · MIEMBRO CLADEA · UDUALC

TÍTULO MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

DURACIÓN	CARGA HORARIA	CRÉDITOS ACADÉMICOS
14 meses académicos más Trabajo final de Titulación	1.584 horas	52,4 créditos

MALLA CURRICULAR

ÁREA DE CONOCIMIENTO	MÓDULOS
Gestión estratégica empresarial	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.