

## Magíster en Negocios (MBA)

### Descripción de asignaturas

#### Primer trimestre

##### **Gestión del Talento Humano**

###### **3 créditos**

Este curso tiene como objetivo nivelar en temas generales de la gestión del capital humano relacionados con las funciones propias del área como contratación, desarrollo y evaluación del desempeño. Además de presentar herramientas que favorezcan una mirada innovadora de los procesos organizacionales que afectan de manera relevante el día a día de las organizaciones en base al nivel individual, grupal y corporativo de una organización.

##### **Ética y Empresa**

###### **2 créditos**

La asignatura de Ética y Empresa obedece a una actividad académica curricular del Programa de Magister en Administración de Empresas que integra contenidos de las asignaturas Ética y Administración de Empresas, así como otros contenidos de corte social y humanidades que los estudiantes han adquirido durante su proceso formativo. Esta es una asignatura de carácter práctico. Mediante el estudio de casos, del debate, del análisis crítico y de la consideración de los escenarios dinámicos que viven y experimentan las personas en su interacción con la empresa en un entorno competitivo, se busca conducir y orientar a los estudiantes a tomar conciencia de la relevancia de la evaluación ética, desde una perspectiva humanista de inspiración cristiana, para una adecuada toma de decisiones en su futuro desempeño profesional.

##### **Contabilidad y Análisis Financiero**

###### **3 créditos**

Este curso teórico y práctico introduce a los alumnos en el análisis de información contable y financiera de empresas. Durante el proceso formativo, los alumnos conocen, aplican e interpretan los principios contables siendo capaces de realizar el proceso contable que termina con la determinación de los Estados Financieros de una firma. Ellos son capaces de analizar cómo se realiza el proceso contable de generación de información. Los alumnos analizarán la importancia para la administración de empresas de la información reportada en los Estados Financieros. Interpretarán esta información para establecer el desempeño pasado y esperado de empresas reales utilizando conocimientos de análisis financiero de empresas. Al final del curso, los alumnos serán capaces de determinar los aspectos claves del desempeño de las empresas y analizar las principales decisiones financieras en la administración de empresas.

##### **Economía para la Toma de Decisiones**

###### **3 créditos**

Economía de Empresas es un curso que enseña los fundamentos de la microeconomía y sus aplicaciones a los problemas de negocios. Este es el primer curso de economía que los estudiantes toman en este programa de magister. Para algunos, este puede ser el único curso que tomen sobre el tema, y proporciona una base sólida para el análisis económico y el pensamiento que puede durar a lo largo de su educación y las carreras profesionales posteriores. Además, puede proporcionar una base para el estudio en economía, negocios y campos relacionados.

##### **Taller: Inmersión al Programa**

###### **1 crédito**

El Taller de Inmersión al Programa, involucra tres módulos con distintas perspectivas. El primer módulo, se centra en el autoconocimiento personal orientado a la identificación de rasgos y conductas características de cada alumno y la discusión sobre el impacto e influencia de estos en la relación con otras personas, equipos, estilo de gestión, éxito en la comunicación y resultados de

su trabajo. También, se buscará diferenciar entre Rasgos (personales propios, característicos y difíciles de modificar) y conductas derivadas de ellos (las que se pueden modelar y adaptar a las necesidades personales, grupales y contextuales). Finalmente, en este módulo se sentarán las bases para un plan de mejora o desarrollo de competencias personales alineados con la estrategia de desarrollo personal y profesional a trabajar en los siguientes módulos. El segundo módulo, intenta preparar un plan de desarrollo profesional, basado en una propuesta de valor personal bajo un modelo de desarrollo EDRS (Estabilidad Personal, Desarrollo Profesional/Emprendedor, Restricciones y Sensibilización). El tercer módulo, integrará el desarrollo académico y las habilidades directivas/gerenciales con el concepto de Marca Personal. El taller tiene por objeto describir, planificar y preparar el desarrollo de la marca personal de los alumnos, entendida como un atributo diferenciador a través del aprendizaje experiencial utilizando la herramienta Points of You® y el input generado en los talleres 1 y 2. Esto permitirá que los alumnos incorporen esta habilidad como parte de su relato personal y que lo utilicen como una herramienta de desarrollo en su camino profesional, con sus pares, jefaturas y equipos bajo su responsabilidad.

## Segundo trimestre

### Transformación Organizacional

#### 3 créditos

Esta asignatura entrega a sus estudiantes modelos, conceptos y herramientas profesionales relacionadas a las diversas formas de transformación organizacional, entendida como respuesta adaptativa al entorno. Considerando los elementos fundamentales del Desarrollo Organizacional y de su progresiva adopción en las empresas con el nombre de Gestión del Cambio, enfatiza los desafíos éticos y prácticos que las organizaciones enfrentan hoy en una sociedad demandante en los planos económico, social, político y cultural. Se revisan las más actuales formas de transformación organizacional en la línea del cambio lean y la innovación, para lo cual se caracterizan los retos presentados por la sociedad digital.

### Dirección de Marketing

#### 3 créditos

Dirección de Marketing es una asignatura teórica-práctica que permite al estudiante manejar y aplicar conceptos claves, herramientas y los marcos específicos para planear, crear y tomar decisiones estratégicas de marketing, con lo que podrán diagnosticar y evaluar las condiciones internas de las empresas, así como su condición externa en términos del mercado y el contexto competitivo en que opera. El curso entrega al estudiante una visión general y particular del enfoque de comercialización, que le permite aplicar integralmente y acorde a la responsabilidad social empresarial, las técnicas de marketing estratégico y operativo en la empresa.

### Ecosistemas de Innovación y Emprendimiento

#### 2 créditos

Esta actividad curricular está desarrollada para entregar una completa visión sobre las instituciones públicas y privadas que estructuran los ecosistemas de innovación y emprendimiento en la que se desenvuelven e interactúan los emprendedores/empresas de nuestra región y país. Como parte fundamental en el desarrollo de innovación en las empresas, el curso entrega herramientas para incorporar en la estrategia empresarial acciones que permitan elaborar y aplicar itinerarios de financiamiento para futuros proyectos de innovación empresarial.

### Gestión Financiera

#### 2 créditos

Esta actividad curricular proporciona al estudiante, los fundamentos de las Finanzas que le permitan comprender la gestión financiera de una empresa. Para ello el curso se centrará en el rol de los mercados de capitales en las decisiones financieras de una empresa, como se valoran los activos financieros, entender la teoría de inversiones, y proyectar las decisiones financieras de largo plazo.

## **Entorno Económico Empresarial**

### **2 créditos**

Este curso tiene dos objetivos principales. El primero consiste en entregar a los estudiantes modelos simples con alta capacidad de describir la realidad, de tal forma de que luego de terminar el curso, el alumno sea capaz de entender el comportamiento de las principales variables económicas, tales como, producción, empleo, tasas de interés, tipo de cambio, etc. En segundo lugar, se espera que los estudiantes sean capaces de aplicar estos modelos a datos históricos, es decir, aplicar los modelos al contexto latinoamericano y el mundo.

## **Tercer trimestre**

### **Estrategia de Empresas**

#### **2 créditos**

Esta actividad curricular busca que el estudiante sea capaz de resolver situaciones organizacionales con visión estratégica. Específicamente, identificar y proponer modelos de negocios con ventajas competitivas, elaborar diagnósticos de la posición competitiva de empresas y proponer un plan de acción que permita mejorar la posición competitiva de la empresa. El curso hace especial énfasis en el desarrollo de la capacidad crítica y reflexiva para evaluar alternativas de acción viables para la unidad de negocio.

### **Estudio de Mercado**

#### **3 créditos**

Este curso pretende dar a conocer al alumno las principales decisiones a adoptar a lo largo de las diferentes fases que componen el proceso de investigación, así como las técnicas más empleadas en la recolección y el análisis de datos. Más detalladamente, el propósito de este curso es dar a conocer los principales aspectos relacionados con:

- La planificación preliminar de la investigación.
- El diseño de la investigación, esto es, de los medios que el investigador de mercados empleará para lograr los objetivos de la investigación.
- El desarrollo de la investigación, o realización efectiva del proyecto según los planes diseñados en la fase anterior. Ello implica conocer los métodos de recolección y procesamiento de los datos, de análisis de estos y de presentación de los resultados de la investigación.

### **Responsabilidad y Sustentabilidad Empresarial**

#### **3 créditos**

El objetivo del curso está orientado a entregar una visión general del estado del arte de la Responsabilidad social y Sostenibilidad Empresarial, permitiendo a los estudiantes conocer el contexto nacional e internacional de la temática, así como su importancia, tendencias y aplicación. El estudiante podrá distinguir cómo enfrentar con responsabilidad los desafíos éticos y de sostenibilidad dentro de la estrategia del negocio. Podrá integrar herramientas para el levantamiento de información, indicadores para la comunicación de la sostenibilidad, y elaborará mapas de grupos de interés.

### **Dirección de Innovación**

#### **2 créditos**

Esta asignatura tipo taller, teórico-práctica busca generar las competencias para gestionar la innovación de manera sostenible a nivel estratégico y operacional a partir de las necesidades de una organización. Se potenciarán las habilidades de los participantes promoviendo el pensamiento crítico y trabajo interdisciplinario con el fin de desarrollar de manera eficiente el proceso de innovación, entregando herramientas que le permitan: Observar, Definir, Idear, Prototipar, entre otros métodos de innovación.

### **Finanzas Corporativas**

#### **2 créditos**

Esta actividad curricular tiene por objetivo proporcionar al estudiante con los conceptos y herramientas necesarias para entender las decisiones financieras de largo plazo de una empresa: a)

inversión, b) financiamiento y determinación de su de costo de capital, d) dividendos, así como introducir los fundamentos de gobierno corporativo de una empresa.

## Cuarto trimestre

### **Dirección Estratégica**

#### **2 créditos**

Esta asignatura se enfoca en proporcionar herramientas para desarrollar e implementar estrategias dentro de las organizaciones basado en análisis del entorno interno y externo a nivel regional, nacional e internacional. Adicionalmente, se estudiarán herramientas de seguimiento a la estrategia y las nuevas tendencias en estrategias empresariales dentro del marco de la responsabilidad social y el emprendimiento.

### **Marketing Digital**

#### **2 créditos**

El curso permitirá a los alumnos manejar conceptos claves del mundo del marketing digital que les permitirán desarrollar estrategias y tácticas en medios digitales con el fin de lograr una comunicación efectiva con el consumidor y su entorno. Comprendiendo las distintas herramientas y tecnologías digitales y el rol de estas en una estrategia de marketing responsable socialmente.

### **Emprendimiento de Alto Impacto**

#### **2 créditos**

La actividad de este curso tiene como núcleo los conceptos de innovación y emprendimiento, los que, a partir de su definición, permiten describir cómo ellos intervienen en la creación de valor de las empresas en los mercados en los cuales se desempeñan y cómo ese valor es de carácter compartido entre la propia empresa, sus propietarios, sus clientes, las comunidades de su entorno, el medio ambiente y la sociedad, como un todo integrado y sensible a dicha generación de valor. Surge así, de manera natural, un concepto que revela un componente de carácter ético que le compete a la empresa, el concepto de responsabilidad social empresarial. Luego, mediante la innovación y el emprendimiento, la empresa generará valor sujeto a una conducta de responsabilidad social empresarial. No solo en empresas existentes son aplicables los contenidos que imparte el curso, sino también en aquellas que se encuentran en fase de gestación.

### **Evaluación del Proyecto**

#### **2 créditos**

Es un curso teórico-práctico que le entrega al alumno las herramientas financieras necesarias para la toma de decisiones en proyectos de inversión bajo incertidumbre aplicando las teorías actuales de presupuesto de capital, costo de capital y la visión de la responsabilidad y sostenibilidad empresarial. Estos conocimientos les permiten organizar, proyectar y evaluar los flujos de caja generados por la eventual realización de un proyecto.

### **Proyecto de Grado I**

#### **4 créditos**

El curso tiene como objetivo proporcionar una visión sobre las tres modalidades de obtención de grado en el Magister en Negocios, siendo estas a) estudio de caso b) investigación aplicada[consultoría] y c) plan de negocio. Los alumnos deberán formar equipos de trabajo de máximo 4 alumnos para preliminarmente explorar las tres metodologías y potenciales contenidos a desarrollar en cada una de ellas, que producto de la madurez lograda, deberá elegir una de ellas en conjunto con docente, transformándose así, en la primera nota de evaluación. En adelante proseguirá su trabajo en el curso, desarrollando y justificando su elección con mayor profundidad mediante informes de avances, presentando dos evaluaciones adicionales que permitan en su conjunto afianzar en si mismo, y al equipo docente evaluador, la pertinencia de las materias académicas que deberá demostrar competencia, para avanzar en su trabajo de grado final.

### **Taller: Personal Branding**

#### **1 créditos**

Gestionar la marca personal es una nueva actividad del comportamiento organizacional en el entorno laboral contemporáneo. El traspaso de la gestión de la carrera de los empleados de las organizaciones a las personas, las transiciones profesionales cada vez más frecuentes y los avances tecnológicos que facilitan la comunicación a través de internet y numerosas plataformas de redes sociales, han convertido las carreras profesionales en marcas personales que deben gestionarse. El taller tiene como propósito reflexionar en torno a la marca personal estableciendo la claridad de esta distinción a través de la comparación de diferentes modelos que le permitan al participante ampliar su entendimiento y accionar de manera efectiva en este nuevo ámbito del desarrollo profesional.

## Quinto trimestre

### Control de Gestión

#### 2 créditos

La ejecución exitosa de la estrategia considera requiere que el modelo de gestión de la organización permita revelar y evaluar aquellas áreas claves del desempeño. Es por ello, que un adecuado modelo de gestión requiere que la organización defina e implante adecuadamente la estrategia de la organización que permitan traducirla en objetivos e indicadores que puedan ser comunicados claramente a todos los grupos de interés. Es por ello, que el objetivo de este curso es desarrollar habilidades y competencias que permitan al estudiante realizar un diagnóstico, diseño e implementación de un sistema de control de gestión considerando un adecuado equilibrio entre lo operacional y estratégico.

### Optativo I

#### 2 créditos

Al concluir este curso el alumno deberá: conocer conceptos, métodos y técnicas fundamentales de la Gestión Logística y el impacto de ella en las otras funciones de la cadena de valor de una empresa.

### Optativo II

#### 2 créditos

El objetivo general de esta asignatura es que los alumnos cuenten con las herramientas necesarias para identificar estructuras corporativas sustentables con gobiernos idóneos.

### Proyecto de Grado II

#### 2 créditos

Esta actividad curricular corresponde al segundo hito evaluativo. El objetivo de este curso es la finalización del proyecto de grado que consistirá en un plan de negocio, consultoría o estudio de caso desarrollado por el estudiante. La nota será determinada por un profesor guía y una comisión.

### Taller: Power Pitch - Comunicación Efectiva

#### 1 créditos

A través de este taller los asistentes lograrán ponderar la relevancia de las variables comunicativas en sus relaciones comerciales, en especial la necesidad de preparar (y no improvisar) sus narrativas de propuestas de valor como elemento clave en la gestión de un negocio o emprendimiento, entendiendo que una mala calidad de éstas tiene los mismos efectos negativos que una mala calidad del producto o servicio a ofrecer. Para ello se repasarán algunos principios generales y diferentes utilidades de la metodología pitch, para luego entrenar, simular y coevaluar en torno al desarrollo de sus propias narrativas de oferta de valor, según los criterios, requerimientos y estándares del Power Pitch Method en su formato Pitch básico de oferta de valor, tanto en Texto como en Performance. De este modo serán capaces de mejorar sustancialmente su efectividad para cautivar a clientes potenciales y en breve tiempo.