

EAE

Escuela
Administración
Empresas

MBA

Modalidad no presencial asistida

Dirección y Administración
de Empresas

acreditado por
 AEDE

DEUSTO

Instituciones líderes

Los Programas Master son fruto de la intensa colaboración entre varias instituciones, líderes cada una de ellas en su campo de actuación.



La Escuela de Administración de Empresas es una institución de Formación Superior en Management, con una trayectoria de más de 50 años como Escuela de Negocios que ha participado en la formación de más de 56.000 directivos y profesionales.

DEUSTO

Ediciones Deusto es, dentro del sector editorial profesional, líder indiscutible y tradicional en la edición y distribución de obras relacionadas con el mundo de la empresa. Deusto edita los soportes pedagógicos de estos programas Master de EAE.



Empresa pionera en la gestión de programas de formación no presencial de nivel universitario, que durante los últimos años ha gestionado la matriculación de más de 50.000 alumnos. Es la organización encargada de gestionar las plazas y becas de estos Programas Master no presenciales de EAE.

Confianza Profesional y Empresarial

La confianza que las personas y las organizaciones han depositado en EAE se refleja en la participación en sus programas de directivos, profesionales y técnicos procedentes de un gran número de pymes y de grandes empresas e instituciones, entre otras, las siguientes:

SECTOR ALIMENTACIÓN

CAMPOFRÍO ALIMENTACIÓN, S.A.
CHUPA CHUPS
DIVERSIFICACIÓN
COBEGA, S.A.
CODORNIU, S.A.
DAMM, S.A.
DANONE, S.A.
FONT VELLA, S.A.
GALLINA BLANCA PURINA, S.A.
KELLOGS ESPAÑA
LECHE PASCUAL
NABISCO BRANDS ESPAÑA
NESTLÉ, S.A.
NUTREXPA, S.A.
PANRICO, S.A.
SAN MIGUEL, S.A.
VICHY CATALAN, S.A.

SECTOR FINANCIERO

BANC SABADELL
BANCO BILBAO VIZCAYA
ARGENTARIA
BANCO SANTANDER
CENTRAL HISPANO
BANKINTER, S.A.
BARCLAYS BANK
CAIXA D'ESTALVIS I PENSIONS
CAIXA D'ESTALVIS DE CATALUNYA
CITIBANK ESPAÑA

SECTOR TURISMO

BARCELO CLAVEL HOTELES, S.A.
HOTEL ARTS BARCELONA
HOTELES CATALONIA

SERVICIOS

ANDERSEN CONSULTING
ERNST & YOUNG
MANPOWER
PRICewaterhouseCOOPERS

SECTOR QUÍMICO

FARMACEUTICO

ALMIRALL PRODESFARMA, S.A.
ANTONIO PUIG, S.A.
BAYER, S.A.
BOEHRINGER INGELHEIM
DOW CHEMICAL IBÉRICA, S.A.
HENKEL IBÉRICA, S.A.
ROCHE
SANDOZ PHARMA, S.A.E.

DISTRIBUCIÓN

CAPRABO
CARREFOUR
CORTEFIEL, S.A.
EL CORTE INGLÉS
GRUPO INDITEX, S.A.

COMUNICACIÓN

ANTENA 3 TELEVISIÓN
GRUPO PLANETA
GRUPO ZETA
LA VANGUARDIA
TELEVISIÓN ESPAÑOLA

EDITORIAL

SALVAT EDITORES
ESPASA CALPE
EDITORIAL PLANETA

INFORMÁTICO Y

TELECOMUNICACIONES

AGFA GEVAERT, S.A.
ALCATEL
EPSON IBÉRICA, S.A.
FUJIFILM ESPAÑA, S.A.
HEWLETT PACKARD
ESPAÑOLA
HITACHI DATA SYSTEMS
I.B.M.
KODAK S.A.
TELEFÓNICA, S.A.

SECTOR ENERGÉTICO

FECSA
GAS NATURAL, S.A.
REPSOL PETROLEROS

AUTOMOCIÓN

GOODYEAR ESPAÑOLA, S.A.
NISSAN MOTOR IBÉRICA, S.A.
PEUGEOT ESPAÑA
SEAT, S.A.

TRANSPORTES

BRITISH AIRWAYS
IBERIA LÍNEAS AÉREAS

ASEGURADOR

MAPFRE
WINTERTHUR

ELECTRÓNICA

JVC ESPAÑA
PHILIPS IBÉRICA, S.A.
SAMSUNG ELECTRÓNICA, S.A.
SANYO ESPAÑA
SONY ESPAÑA, S.A.

DIVERSOS

ACERINOX
AKZO NOBEL INDUSTRIAL
PAINTS
ALTADIS, S.A.
BP OIL ESPAÑA
NIKE, S.A.
VILLEROY & BOCH
WORLD TRADE CENTER
CIRSA, S.A.

Garantía de calidad

EAE-Escuela de Administración de Empresas es miembro de la Asociación Española de Escuelas de Administración de Empresas -AEDE- fundada en 1989, por algunas de las más prestigiosas Escuelas de Negocios de España.

✓ EAE

✓ ESIC

✓ Instituto
San Telmo

✓ ESADE

✓ ICADE

✓ La Comercial
de DEUSTO

✓ IESE

✓ EADA

✓ EOI

✓ IE



MBA-Master en Dirección y Administración de Empresas

El MBA, fundamentalmente práctico e interactivo, se dirige a empresarios y profesionales con titulación superior, que desean:

- Afrontar con éxito las nuevas tendencias del entorno, liderando los cambios y convirtiendo las oportunidades en ventajas competitivas para la empresa.
- Potenciar y desarrollar sus capacidades directivas.
- Aumentar su conocimiento sobre las organizaciones, sus estrategias, su gestión y el entorno en el que operan.
- Desarrollar una visión global e integradora de la gestión empresarial.
- Mejorar y ampliar su experiencia profesional previa.

El MBA se ha diseñado para que cada alumno aprenda y trabaje los contenidos de manera autónoma, flexible y ordenada, adaptándolos a sus necesidades e intereses.



Modelo pedagógico

EAE- Escuela de Administración de Empresas ha desarrollado un modelo pedagógico propio que se fundamenta en el aprendizaje flexible, activo y práctico por parte del alumno. Este modelo supera a los modelos clásicos de formación presencial y a distancia.

LA FORMACIÓN NO PRESENCIAL ASISTIDA

Esta nueva metodología es fruto de un estudio realizado por EAE entre empresarios, directivos y profesionales con el objetivo de conocer sus necesidades de formación.



Ejes pedagógicos

El contenido del Master se estructura entorno a ocho grandes ejes pedagógicos que sitúan al alumno en el centro de toda la actividad formativa.



ASESOR DOCENTE ACTIVO

El asesor docente activo es la persona de referencia para el alumno y su mejor garantía para finalizar con éxito el master.



CAMPUS VIRTUAL

El campus virtual permite el contacto interactivo del alumno con el asesor docente y con otros alumnos del MBA.



AULA DE DEBATE Y ANÁLISIS

En este espacio, y bajo la supervisión de un asesor docente, los alumnos debaten y reflexionan sobre temas de actualidad e interés relacionados con la gestión empresarial.



SOPORTES MULTIMEDIA Y SIMULADORES

Cada uno de los ocho manuales del programa incorpora un CD Rom con los que el alumno podrá realizar actividades de carácter práctico y la resolución de casos (Grupo Inditex, Caprabo, Toshiba, IBM, Global, Pizza Móvil, etc).



CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL

Con los casos prácticos se presentan al alumno experiencias reales de prestigiosas y reconocidas empresas nacionales e internacionales que han llevado a cabo, con éxito, la implantación de diferentes estrategias dentro de la gestión empresarial.



MÓDULOS ON LINE

Los módulos on line amplían y complementan los contenidos de los diferentes manuales del Master, permitiendo, además, la permanente actualización de los temas tratados.



ARTÍCULOS DE REFERENCIA

Selección de artículos de los más prestigiosos autores nacionales e internacionales, donde se aporta una amplia perspectiva de enfoques, visiones y reflexiones sobre como innovar en la organización empresarial



PLAN DE NEGOCIO

El proyecto final supone para el alumno y para la empresa donde trabaja una excelente oportunidad para realizar un plan contando con la tutorización y el asesoramiento de profesionales expertos.

Estructura interna del MBA



Características del MBA

El Master en Dirección y Administración de Empresas tiene unas características y unas ventajas que lo hacen único y lo diferencian del resto.



✓ Sin horarios fijos



✓ Sin desplazamientos



✓ Compatible con el horario laboral



✓ Ritmo individual de aprendizaje



✓ Profesor / Asesor Docente



✓ Plan de Empresa



✓ Soportes multimedia y módulos on line que facilitan el aprendizaje



✓ Programa práctico basado en casos de éxito empresarial



✓ Ciclos de conferencias y seminarios



✓ Examen final presencial en sede EAE



✓ Bolsa de trabajo
Prácticas en empresas



✓ Ventajas fiscales*



* De acuerdo con la normativa vigente en materia fiscal

ESCUELA DE NEGOCIOS

ESTRUCTURA DEL MBA

M1. ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- Conceptos básicos
- Análisis del entorno
- Análisis interno de la empresa
- El análisis DAFO
- Planificación estratégica
- La toma de decisiones estratégica
- La puesta en práctica de la estrategia
- Internacionalización

Cdrom 1: Estrategia Empresarial

M2. MARKETING

- Conceptos básicos
- La dirección de marketing
- Segmentación de mercados y posicionamiento
- El consumidor
- La investigación de marketing

Cdrom 2: Marketing

M3. CONTABILIDAD Y FINANZAS (Según Plan General Contable 2008)

- Marco conceptual de la contabilidad
- Normas de registro y valoración
- Cuentas anuales
- Definiciones y relaciones contables
- Plan General Contable de PYMES y Régimen Especial de microempresas
- Análisis de estados financieros
- Análisis económico financiero
- Análisis de liquidez y solvencia
- El fondo de maniobra y la tesorería
- Gestión de la Inversión
- Análisis financiero de las inversiones

Cd Rom 3: Contabilidad y Finanzas

M4. CONTROL DE GESTIÓN

- Conceptos básicos
- Centros de responsabilidad: centros de costes y centros de beneficios
- El proceso presupuestario
- Evaluación de la rentabilidad

Cdrom 4: Control de Gestión

M5. RECURSOS HUMANOS

- La gestión estratégica de los recursos humanos
- La cultura empresarial
- Dirección de personas en la empresa
- Sistemas de información y recursos humanos

Cdrom 5: Recursos Humanos

M6. LOGÍSTICA, OPERACIONES Y CALIDAD

- El sistema de operaciones en la empresa
- Gestión de la calidad total
- Logística empresarial

Cdrom 6: Logística, operaciones y calidad

M7. HABILIDADES DIRECTIVAS

- Gestión del tiempo
- Técnicas de comunicación
- Comunicación
- Imagen empresarial
- Negociación y resolución de conflictos
- Motivación

- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Dirección de reuniones y presentaciones

Cdrom 7: Habilidades directivas

M8. CASOS DE ÉXITO EMPRESARIAL

1. Estrategia

- Caso: Innovar para competir: las experiencias de Apple y Sony.
- Caso: Toshiba en el mundial de Alemania. Cómo rentabilizar un patrocinio
- Caso: Amazon Versus Barnes & Noble
- Caso: Iberdrola, RSE, algo más que una operación de imagen

2. Marketing

- Caso: El caso DHL: ¿es posible la fidelización y la retención de clientes?
- Caso: Nestle y su estrategia de comunicación
- Caso: Cisco: Lecciones sobre Branding
- Caso: Unilever: El enfoque publicitario de la marca
- Caso: el lanzamiento mundial de Mach3 de Gillette
- Caso: Del viejo " limón " al nuevo escarabajo, la campaña publicitaria de Volkswagen

3. Ventas y Atención al Cliente

- Caso: Dell o cómo diseñar un sistema completo de ventas
- Caso: Caja Madrid: un enfoque integral de servicio al cliente
- Caso: La reorganización de los procesos entorno al cliente, el caso IBM
- Caso: El error de Boeing, cómo una falta de comunicación entre fabricación y ventas causa un grave problema

4. Finanzas y Control de gestión

- Caso: Ventajas de la implantación del ABC: El caso Barclays
- Caso: El negocio financiero. El caso Pryca
- Caso: Planificación y control en el Grupo Inditex
- Caso: Cómo Astrazeneca logra un importante éxito de ventas mediante el cuadro de mando integral

5. Organización y Recursos Humanos

- Caso: La planificación y el aprendizaje organizativo: el ejemplo de EDF GDF Service en Francia
- Caso: Cusumano, Microsoft logra que los equipos grandes funcionen como pequeños
- Caso: El empowerment a través de la estructura: un estudio piloto en los restaurantes Mcdonald's

6. Logística

- Caso: FedEx, principal proveedor de soluciones para la gestión de la cadena de suministros

Cdrom 8. El Plan de Empresa

MÓDULOS EN CAMPUS VIRTUAL

Organización empresarial y estrategias de innovación

- Hacia la nueva organización. PETER F. DRUCKER
- Los procesos de organización y dirección. DAVID A. GARVIN
- La organización horizontal. FRANK OSTROFF
- Gestionar la complejidad corporativa mediante la coherencia. JOHAN ROOS Y MICHAEL LISSACK
- Entrevista con Chris Argyris: el aprendizaje organizativo. ROBERT M. FULMER Y J. BERNARD KEYS
- Crear una organización orientada a soluciones. STEVE SHERIDAN Y NICK BULLINGER
- Impulsar el cambio organizativo en medio de una crisis. JOHN S. CARROLL Y SACHI HATAKENAKA
- La empresa del futuro: imperativos estratégicos y competencias básicas para el siglo XXI. DAVID A. NADLER Y MICHAEL L. TUSHMAN
- Estrategias reales para una organización virtual. N. VENKATRAMAN Y JOHN C. HENDERSON

Planificación y gestión fiscal

- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas
- El impuesto sobre sociedades
- El Impuesto sobre sucesiones y donaciones
- Impuesto sobre el valor añadido
- Impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados
- Haciendas locales

La tecnología y los servicios de información aplicados a la empresa

- La riqueza está en las ideas
- Las organizaciones son información
- El negocio está en la comprensión
- La empresa descubre el valor de la información
- La red cambia las reglas
- Hacia la infonomía

Iniciativa Emprendedora

- Emprender: concepto y dilemas. PEDRO NUENO.
- Aprendiendo de los errores de los emprendedores: Claves para evitar el fracaso. EDUARDO G^a ERQUIAGA
- La financiación en la creación de empresas.

ANABEL CANEDA GONZÁLEZ Y ÓSCAR GARCÍA ÁLVAREZ

- ¿Cómo elaboran los emprendedores estrategias que funcionan?. Pautas para identificar los asuntos importantes y evaluar soluciones. AMAR BHIDE.
- ¿Cómo funciona la iniciativa emprendedora en las pequeñas y grandes empresas? Neil. C. Churchill y Daniel F. Música.

Gestión del cambio y de la incertidumbre

- Obtener el máximo provecho de la incertidumbre. HUGH COURTNEY 3.
- Planificación: base de la gestión anticipatoria. STEPHEN C. HARPER
- La gestión en un mundo globalmente conectado: el cambio es tarea de todos. ROSABETH MOSS KANTER
- Equilibrios al borde del caos. RICHARD T. PASCALE
- ¿Compromiso o flexibilidad? PANKAJ GHEMAWAT Y PATRICIO DEL SOL
- El valor del juicio intuitivo en la toma de decisiones. ROBERT L. CROSS Y SUSAN E. BRODT
- La ventaja competitiva sostenible: dirigir personas a través de los cambios. GUIDO STEIN

ARTÍCULOS DE REFERENCIA

Estrategia en el siglo XXI

- Conversación con Michael E. Porter: la estrategia y la estructura organizativa. RICHARD M. HODGETTS
- La teoría del juego en la estrategia empresarial. JAMES BRICKLEY, CLIFFORD SMITH Y J. ZIMMERMAN
- Tres estrategias para gestionar el crecimiento rápido. GEORG VON KROGH Y MICHAEL A. CUSUMANO
- Cómo aplicar estilos de innovación estratégica más eficaces. PIERRE LOEWE, PETER WILLIAMSON Y ROBERT CHAPMAN WOOD
- Creación de valor a través de alianzas estratégicas. JEFFREY H. DYER, PRASHANT KALE Y HARBIR SINGH
- Estrategia medioambiental y creación de valor. MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ Y JOAN ENRIC RICART

- La valoración de estrategias de creación de valor. ALFRED RAPPAPORT
- Intrategia. PABLO CARDONA Y NURIA CHINCHILLA

La mente del líder

- Líderes que marcan la diferencia. MANFRED KETS DE VRIES.
- El fin del liderazgo. WARREN BENNIS
- Globalización y nuevas tecnologías: retos del liderazgo. SANTIAGO ÁLVAREZ DE MÓN.
- Las emociones en su máxima expresión. Entrevista con Daniel Goleman. DES DEARLOVE
- Liderar en momentos de desconcierto. WARREN BENNIS
- La paradoja de dirigir un cambio. J.B. KASSARJIAN
- El liderazgo dinamizador y emocional. MOISÉS RUIZ
- El espíritu del liderazgo. OREN HARARI
- Liderazgo empresarial en tiempos de cambio, según Sun Tsu. JUAN ANTONIO FERNÁNDEZ

La nueva visión financiera

- Hacia una nueva perspectiva de la dirección financiera: finanzas funcionales e ingeniería financiera. JOSÉ ANTONIO MARCO
- La cambiante práctica de la contabilidad. ROBIN COOPER
- El presupuesto dinámico. EUSEBI CARNICERO.
- Presente y futuro del cuadro de mando integral. Entrevista con Robert Kaplan
- Los objetivos del analista financiero. MARC J. EPSTEIN Y KRISHNA G. PALEPU
- Los sistemas de creación y medición de valor. JAVIER VEGA FERNÁNDEZ
- La adaptación de los sistemas de contabilidad de costes al nuevo entorno. COLIN DRURY Y MIKE TAYLES
- La información financiera a través de Internet. CHARLES E. DAVIS, CURTIS CLEMENTS Y WHIT P. KEUER
- Basilea II: una nueva forma de relación banco-empresa. JORGE SOLEY Y AHMAD RAHNEMA

Gestión del capital humano

- La productividad del trabajador del conocimiento: máximo desafío. PETER F. DRUCKER
- Tres modelos de estrategia y dirección de recursos humanos. CARLOS SÁNCHEZ-RUNDE
- La dinámica del crecimiento del talento. ANDREW DOMAN, MAURICE A. GLUCKSMAN, NHUOC-LAN TU Y KIM WARREN.
- Diez pasos para elaborar una estrategia global de recursos humanos. JOHN A. QUELCH Y HELEN BLOOM
- Construyendo un equipo global eficaz. VIJAY GOVINDARAJAN Y ANIL K. GUPTA
- La flexibilidad en la batalla por el talento. ROSALIND CHAIT BARNETT Y DOUGLAS T. HALL

Marketing en los nuevos tiempos

- La dirección de marketing en tiempos de cambio. FREDERICK E. WEBSTER
- "e-marketing", una inversión de retorno. OMAR HIJAZI
- "Clienting": metodología para el diseño de estrategias de clientes. LUIS M^a HUETE Y A. PÉREZ
- Comunidad de marca: mundos de fantasía detrás de la pantalla. ROBERTO ÁLVAREZ DEL BLANCO
- La nueva cara de la publicidad "On Line". DAVID W. STEWART
- El cliente en el punto de mira. DON PEPPERS Y MARTHA ROGERS
- El marketing social: de la táctica a la estrategia. JUAN LUIS MARTÍNEZ Y DAVID ALLEN
- Marketing experiencial. BERND H. SCHMITT
- Marketing relacional: café para todos?. LLUÍS G. RENART.
- Marketing infantil: el consumidor de hoy y de mañana. CLARA MURIEL Y JOSÉ LUIS NUENO
- Once ideas erróneas sobre CRM en la práctica. C. VERHOEF Y FRED LANGARAK

MÓDULOS ON LINE

- La Normativa Internacional Contable -Las NIC-
- El Nuevo Plan General Contable
- El Entorno Jurídico y Fiscal de la Empresa
- La Estrategia de Ventas
- Impacto de las nuevas tecnologías en el marketing

Titulación



El alumno que realice el MBA, y una vez superado el examen final presencial, obtendrá el título de Master en Dirección y Administración de Empresas de **EAE**. El Master tiene una carga lectiva de 62 créditos equivalente a 1.550 horas.

Condiciones de admisión

El proceso de admisión consta de las siguientes fases:

- 1** Poseer la titulación oficial de licenciado, diplomado o ingeniero
- 2** Cumplimentar la Solicitud de Admisión de EAE, indicando los datos personales, académicos y profesionales. Para ello, debe presentar:
 - Copia compulsada acreditativa del Título de los estudios realizados
 - Curriculum Vitae, destacando los aspectos más relevantes.
 - Fotocopia de D.N.I. o N.I.E
 - 4 fotografías tamaño carné, para cumplimentar el expediente académico.
- 3** Entrevista personal con uno de los asesores de los Programas Master, modalidad no presencial asistida.
- 4** El Comité de Admisiones analizará la solicitud, y en un plazo máximo de 48 horas dará una respuesta positiva o negativa al asesor que realizó la entrevista con el interesado.

