

POSGRADO

MDG

COLUMBIA



EXECUTIVE MBA



**MAESTRÍA EN
DIRECCIÓN Y GESTIÓN
DE NEGOCIOS**

Resolución de habilitación N° 70/2016 del CONES



Resolución de habilitación N° 70/2016 del CONES

MDG

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

La Maestría en Dirección y Gestión de Negocios es presentada por la Universidad Columbia del Paraguay, Primera Universidad Privada del país, con 70 años de trayectoria en la educación.

Seriedad, prestigio, confianza y profesionalidad avalan esta Maestría con egresados del perfil necesario para la realización de la gestión operativa y estratégica de negocios en las empresas del siglo XXI.

En la actualidad las empresas tienen el reto de sobrevivir en un mercado altamente competitivo, globalizado, donde los consumidores son cada vez más exigentes, están mejor informados, lo cual conllevará necesariamente al cambio del paradigma de la gestión diaria de las empresas.

Es en esta transición que existe la necesidad de crear sistemas de información de mercado, para la toma de decisiones estratégicas en los negocios, con un enfoque hacia la calidad, el servicio al cliente y con la visión exigida para conducir exitosamente organizaciones en los mercados emergentes y altamente competitivos.

INICIO
Abril 2019

FINALIZACIÓN
Mayo 2020

DIRIGIDO A

Licenciados/as en Administración de Empresas, Contables y de la Empresa, Marketing, Comercio Exterior y carreras afines.

Otros profesionales a nivel de licenciatura que acrediten experiencia profesional o laboral en el área de dirección y gestión administrativa de los negocios.

Total horas de clase	780
Total horas de investigación (Trabajo de tesis)	300
Carga horaria total	1.080

TÍTULO OTORGADO: MAGISTER EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

PROGRAMA

El programa constará de 12 módulos.

El programa ha sido organizado en módulos que permiten la sistematización de contenidos y actividades de enseñanza - aprendizaje de acuerdo a las características de los y las participantes.

Cada módulo ha sido concebido como un proyecto de realización personal y profesional que mediante el estudio, las sesiones con expertos del área, los trabajos grupales e individuales en forma presencial y a distancia, posibilitará el logro de los objetivos propuestos en cada uno de ellos y en el programa en general.

METODOLOGÍA

Para el desarrollo de los módulos del programa, con la intencionalidad que suponen los objetivos y enfoques, se utiliza una amplia gama de métodos de enseñanza - aprendizaje, especialmente diseñados y combinados, conforme a las características de los participantes.

Los métodos a través de los cuales se desarrollará el programa son:

- Clases atractivas e interactivas de los facilitadores.
- Lectura de materiales por parte de los participantes.
- Estudios y discusión de casos.
- Trabajos en equipos.
- Observación de los procesos de equipo.
- Juegos de simulación.
- Role playing.
- Seminarios de discusión.
- Trabajo de investigación individual y/o grupal.

PERFIL DEL GRADUADO

Se prevé que los graduados de la Maestría en Dirección y Gestión de Negocios obtengan un conjunto de conocimientos, capacidades y habilidades específicas en estas áreas, que les permitirá realizar:

- Consultoría de gerenciamiento de las distintas áreas de la organización.
- Elaboración y análisis de estrategias de negocios.
- Marketing e investigación motivacional.
- Planificación y ejecución de estrategias a nivel corporativo, de negocio y funcional.
- Análisis y toma de decisiones estratégicas desde una visión sistémica de la organización y en condiciones de riesgo.
- Diseño, planificación e implementación de estrategias financieras adecuadas al tipo de organización.
- Asesoramiento en el área de planificación, dirección, gestión y control de distintas empresas.
- Tareas especializadas de docencia e investigación.

Los graduados serán además líderes de cambio de sus propias organizaciones, con una fuerte solidez en los principios éticos, morales y espíritu crítico, disposición para innovar y con una sólida actitud para enfrentar un entorno cada vez más competitivo.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

El Comité de Admisión evaluará la solicitud dirigida al Rector de la Universidad Columbia del Paraguay por el aspirante, acompañada por el Currículum Vitae y los siguientes datos y documentación:

1. Nombres y apellidos completos.
2. Tipo y número de documento, con domicilio, teléfono, fax y correo electrónico.
3. Fotocopia autenticada por Escribanía Pública de los títulos universitarios.
4. Certificados de estudios finales autenticado por Escribanía Pública.
5. Antecedentes en investigación científica, adjuntando copia de los trabajos realizados personalmente o en equipo.
6. En caso de publicaciones, deberá indicar los datos bibliográficos.
7. Síntesis de la actuación profesional y/o docencia a la fecha presente.
8. Certificado de estudios de idiomas e informática.

El Comité de Admisión estará facultado para verificar si los aspirantes cumplen las condiciones establecidas y para requerir los informes complementarios que considere pertinentes.

PLANTEL ACADÉMICO

El cuerpo académico cuenta con una trayectoria a nivel local e internacional, formado por profesionales con una alta afinidad al mundo empresarial, y con posgrados en las principales Universidades del mundo.

Rector de la Universidad Columbia del Paraguay

Prof. Dr. Roberto Elías Canese

Directora General de Posgrados

Dra. Estela González de Rojas, MAE

Plantel Docente

DR. MÁXIMO PAZ; Masachusettss Institute of Tecnology - MIT/ USAL (Argentina).

DR. IGNACIO GAITÁN, Master Executive en Administración de Empresas y Liderazgo, Universidad San Pablo CEU.

DR. MAURICIO ISAZA, Magister en Administración de Negocios, Universidad Sergio Arboleda .

Dr. WILLIAM ORTIZ. UNIVERSITY OF CALIFORNIA Campus, IRVINE, ESL, English Second Language - UNIVERSITY OF CALIFORNIA Campus, IRVINE Business Program. Universidad Sergio Arboleda - Colombia.

Dr. JAIRO ABELLO: Universidad Sergio Arboleda – Colombia. Universidad Complutense de Madrid Concordia de Montreal de Canadá. Coach profesional de OLA COACH de España. Máster en Dirección y Gerencia de Empresas y Master en Biología cultural en la Universidad Mayor de Santiago de Chile.

DR ©. LUIS FERNANDO MONGELOS; Universidad de Birmingham (Gran Bretaña), Universidad Nacional de Asunción – Universidad de Huelva (España) y Universidad C o l u m b i a d e l P a r a g u a y .

DR ©. MARCIAL GONZÁLEZ ALMADA, MAE MPCE. Universidad Nacional de Asunción, Universidad Columbia del Paraguay – Universidad de Huelva (España). Instituto de Altos Estudios Estratégicos (IAEE).

DR ©. SERGIO GONZÁLEZ AYALA, MES. Universidad Nacional de Asunción, Universidad Columbia del Paraguay.

DRA. María Ezcurra. Doctora en Comunicación Social especializada en Comunicación Premium y de Lujo, Imagen Personal, Marca Personal y Comunicación Personal. Autora del Libro: "Comunicar el Lujo: Una aproximación al Marketing de la Exclusividad". Dirige la Maestría en Comunicación Corporativa e Institucional de la Universidad del Salvador, Argentina. Columnista en la Revista Noticias (editorial Perfil) y el Diario La Nación, Argentina

DR. Pablo Alamo, PhD. Doctor en Economía y Empresa en la Universidad de Comillas (Madrid, España). Socio de Invivus Consulting. Consultor en estrategia y productividad con desarrollo humano. Profesor Distinguido Internacional de CETYS Business School. Investigador de la Universidad Sergio Arboleda. Profesor invitado de varias escuelas de negocios y centros académicos en Europa y América Latina. Coach certificado personal, de emprendedores y de ejecutivos por la Escuela Internacional TISOC (Barcelona, España).

LIC. ANTONIO AYALA MAÑOTTI, MCA. Universidad Nacional de Asunción, Universidad Columbia del Paraguay.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

MDC

MODULO 1: DIF

Dirección Financiera de la Empresa

Introducción de conceptos y herramientas financieras referidas a la gestión operativa de la empresa desde un punto de vista financiero. El curso se enfoca en las decisiones financieras referidas al corto plazo, esto incluye el manejo de los flujos de tesorería, las políticas de, por un lado, el endeudamiento de la empresa para capital operativo y, por el otro, el crédito a los clientes. Asimismo, el aspecto financiero del manejo de los inventarios. Se hará un especial énfasis en las técnicas para la elaboración de proyecciones financieras y planificación financiera.

MODULO 2: DMI

Dirección de Marketing e Investigación de Mercados

Importancia del Marketing para la empresa y su relación con las demás funciones. Generación de valor a los productos a través de la construcción de una imagen y relaciones de largo plazo con los clientes. Introducción de herramientas de mercadeo. Estrategias exitosas de mercadeo adoptadas por empresas de distintos sectores. Identificación de las necesidades y deseos del consumidor, cómo satisfacerlos, y examinar de qué manera pueden modificarse o rediseñarse los productos o crear productos nuevos para aumentar el grado de satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores.

MODULO 3: PEC

Planeamiento Estratégico y Control de Gestión

Proceso de elaboración de un plan estratégico. Análisis situacional. Diagnóstico de la organización. Declaración de objetivos corporativos. Estudio de las diferentes estrategias de aplicación empresarial. Análisis del Sector Competitivo y de la Cadena de Valor como metodología para el análisis de las fuentes de las ventajas competitivas. Técnicas de análisis, planificación y control de gestión de las organizaciones.

MODULO 4: GEI

Gestión de la Innovación Empresarial

Desarrollo de una visión global del negocio, a partir del conocimiento de los procesos internos de la organización. Herramientas prácticas y aplicables en el día a día del negocio, que sirvan como soporte al seguimiento de los resultados. Integración de conceptos y objetivos de las distintas áreas de una organización (Diseño, Producción, Calidad, Servicios, Comercial), a partir del planteo estratégico y su ajuste a las tácticas en el mercado. Proceso de toma de decisiones y descubrimiento de nuevas oportunidades.

MODULO 5: MAR

Marketing Relacional de las Empresas

Poner en contacto al estudiante con una de las líneas de investigación más actuales en el ámbito del marketing: el enfoque relacional en la gestión de los mercados. Identificar los elementos componentes del marketing transaccional al marketing relacional. Analizar el valor del marketing relacional desde la óptica de los beneficios de las empresas, clientes y de la relación. Analizar los pilares del marketing relacional y su inserción en las Comunicaciones Integradas de Marketing. Determinar la incidencia de una marca en la fidelización de los consumidores.

MODULO 6: ACV

Análisis de Costos y Valoración Empresarial

Análisis de Costos de fabricación de los productos y la prestación de servicios. Sistemas de costos de una empresa. Valoración de una empresa: Venta de la empresa, Fusión de la compañía, Entrada de un socio en el capital, Ampliaciones o reducciones de capital, Creación de una nueva línea de negocio, Análisis del patrimonio de uno de los socios, Compra de otras empresas. Diferencia entre valor y precio. Análisis y valoración de empresa. Técnicas para la evaluación de inversiones de capital: Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR). Análisis de los estados financieros. El análisis financiero: análisis fundamental y análisis técnico. Los estados financieros básicos. Métodos de análisis y valoración de empresas.

MODULO 7: PGM

Modelos de Gestión y Métodos de Excelencia

Presentación de teorías y diferentes paradigmas que han ido surgiendo en el intento de dar respuesta al creciente dinamismo y complejidad del entorno empresarial, conjugadas con los diferentes métodos de excelencia desarrollados en diferentes épocas. Estudio de los procesos de aprendizaje individual y organizacional, así como los factores básicos de un Knowledge Management System, cómo implantarlo y gestionarlo adecuadamente, dónde puede agregar valor para las personas y la empresa, cómo medir el avance de su implementación y los resultados que proporciona al negocio.

MODULO 8: COP

Comunicación Publicitaria Empresarial

Estudio de los elementos componentes de la Comunicación Publicitaria aplicados en una empresa. Análisis del valor de la Comunicación Publicitaria desde la óptica de los beneficios de las empresas, clientes y de la relación comercial. Pilares de la Comunicación Publicitaria y el énfasis en la gestión comunicativa de la empresa. La incidencia de la planificación publicitaria de medios en las ventas de la empresa. Análisis de la conducta del consumidor.

MODULO 9: TMI

Taller de Metodología de la Investigación

Presentación del aspecto científico de las disciplinas empresariales, con el objeto de canalizar las futuras investigaciones teniendo en cuenta la metodología de la ciencia, proceso de investigación científica y sus componentes teórico-metodológicos. Desarrollo de las competencias para realizar trabajos de investigación que puedan ser aplicadas en su área de formación profesional y que responda a las necesidades de sus organizaciones.

MODULO 10: LCO

Liderazgo y Cambio Organizacional

Analizar los retos y oportunidades que la globalización y los nuevos esquemas de competitividad significan para los líderes y/o tomadores de decisiones en las instituciones de gobierno, organizaciones no gubernamentales y empresas privadas. Se hace especial énfasis para el caso de las economías emergentes. Adquirir los conocimientos, habilidades, actitudes y valores requeridos para administrar, dirigir y conducir procesos de cambio en el contexto de la nueva economía. Desarrollar el pensamiento estratégico y la visión de negocio requeridos para dirigir (cambio) a la organización hacia posiciones de competitividad en entornos internacionales.

MODULO 11: GEF

Gestión de la Empresa Familiar

Estudio de las características propias de la empresa familiar que obligan a una adaptación de los modelos básicos utilizados en la gestión del negocio. Principios de buen gobierno. La Junta general. El consejo de administración. Clases de consejeros. Problemática específica de la gestión de la empresa familiar. Complejidad del sistema Familia - Empresa - Propiedad en la Empresa Familiar. Análisis de las fortalezas y debilidades. Aplicación de estrategias de crecimiento y supervivencia de la empresa familiar.

MODULO 12: RFE

Entorno Jurídico y Fiscal de la Empresa

Estudio de las características de los mercados tomando en cuenta los aspectos generales, las normas jurídicas que regulan su desenvolvimiento, las leyes del régimen jurídico del mercado nacional e internacional y las leyes fiscales aplicables según la naturaleza y sector donde opera la empresa.

SISTEMA DE DESARROLLO DE CLASES

Tipo Modular

1 vez por mes

Horario

Lunes de 16:00 a 22:00 hs.

Martes de 16:00 a 22:00 hs.

Miércoles de 16:00 a 22:00 hs

Plazas Limitadas

Lugar

Universidad Columbia del Paraguay – Sede Posgrado

Los costos de la maestría incluyen:

Matrícula y materiales didácticos

POSGRADO

MDG

COLUMBIA

Para solicitar mayor información favor comunicarse con:

Oficina de Posgrado - Universidad Columbia del Paraguay
Vice Presidente Sánchez N° 313 esquina Marical Estigarribia
(+595 21) 220 182 / (+595 21) 229 215
Email: informaciones@posgradocolumbia.edu.py

