IN BUSINESS ADMINISTRATION (EXECUTIVE MBA)

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2013 - 2014
	Nombre del Curso	In Business Administration (Executive MBA)
	Tipo de Curso	Máster Propio
	Número de créditos	80,00 ECTS
Dirección	Unidad organizadora	Departamento de Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
	Director de los estudios	D Antonio Leal Millán
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	A) Executive MBA (tiempo parcial): El programa va dirigido en general a Licenciados, Graduados, Arquitectos e Ingenieros con una experiencia mínima de 1 año en puestos directivos en empresas públicas o privadas. El programa va orientado también a Licenciados o Graduados en Ciencias Jurídico-Económicas (Administración y Dirección de Empresas, Marketing, Economía, Derecho, etc.) e ingenierías (industrial, telecomunicaciones, aeronáutica, informática, etc.) recién Graduados sin experiencia profesional o con una experiencia profesional mínima a nivel de becario.
	Requisitos académicos para la obtención del Título o Diploma	Haber asistido con aprovechamiento y participación, como mínimo, al 80% de las sesiones y horas presenciales del curso Máster. Haber obtenido la calificación de apto en las evaluaciones de los distintos módulos del curso Master.
	Criterios de selección de alumnos	
Datos de Matriculación	Precio (euros)	4.591,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	Sí
	Criterios de asignación de becas	* Nivel de renta familiar o personal * Expediente académico/Experiencia profesional * Situación laboral. Desempleo/Actividad * Minusvalía * Otros méritos

Ficha Informativa

Impartición	Modalidad	Semipresencial
	Idioma impartición	Español
	Lugar de impartición	Pabellón de México - Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
	Plataforma virtual	Plataforma Virtual US
	Prácticas en empresa/institución	Sí
Información	Teléfono	954557567
	Web	http://www.mastercfp.us.es/emba/
	Facebook	
	Twitter	
	Email	aleal@us.es

IN BUSINESS ADMINISTRATION (EXECUTIVE MBA)

Objetivos del Curso

Este EMBA, como título propio de la Universidad de Sevilla, persigue un doble objetivo formativo: (a) avanzar y acompañar en el proceso de formación de nuestros egresados una vez que, insertados en la vida profesional durante un periodo de varios años, poseen ya una relativa experiencia práctica en organizaciones empresariales; y (b) ayudar a los estudiantes recién graduados a desarrollar e intensificar sus actitudes y habilidades directivas y de gestión de empresas, incrementando su empleabilidad y posibilidades de inserción en el mundo laboral empresarial.

Con este doble objetivo, el CFP de la Universidad de Sevilla añade un mayor valor a sus egresados, mejorando la cualificación teórico-práctica de los profesionales de la dirección de empresas y su capacidad de contribuir al logro de los objetivos estratégicos de las empresas y al progreso de la Comunidad Autónoma Andaluza.¿

El "aprendizaje permanente" es el modelo al que deben tender los sistemas educativos en la sociedad actual. Las profesiones y los perfiles profesionales evolucionan rápidamente, y cambian mucho a lo largo de la vida activa de las personas. Por esta razón, el momento de adquisición de los conocimientos y habilidades se ha invertido y, hoy día, el grueso de competencias que define una profesión se forma y adquiere durante la vida activa. Es decir, las competencias se regeneran y adaptan constantemente, y se adquieren muchas de ellas en el día a día. Esto ha convertido la capacidad de aprendizaje de las personas y de las empresas en uno de sus más valiosos activos. Así, la Universidad de Sevilla manifiesta su firme convicción de la importancia de la formación permanente como sustento de la progresión de una empresa y del crecimiento económico de una sociedad".

Competencias Generales

Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos económicos y empresariales nuevos o poco conocidos, dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de tomar decisiones, formular estrategias e implantarlas con eficacia, y emitir juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas de las organizaciones donde trabajan.

Que los estudiantes sean capaces de comunicar sus valoraciones, conclusiones y los conocimientos y razones últimas que los sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando la problemática de la administración de empresas de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Procedimientos de Evaluación

Asistencia, Pruebas, Trabajos, Prácticas en Empresas

Comisión Académica

D. Alvaro Polo Guerrero. Institución no universitaria - ABENGOA, S.A.
D. Antonio Jose Barranco Ruíz. Institución no universitaria - EL CORTE INGLÉS, S.A.
D. Antonio Leal Millán. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Antonio Navarro García. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Bernabé Escobar Pérez. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera
Dª. Carmen Barroso Castro. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. David Martín Ruiz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Francisco José Acedo Gonzalez. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Francisco José Cossio Silva. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Francisco Navas Becerra. Institución no universitaria - VERTICE HOTELES
D. Gabriel A. Cepeda Carrión. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Gabriel Dronda Fernández. Institución no universitaria - Rendelsur, S.A.
D. Ignacio García Hernández. Institución no universitaria - BEFESA, S.A. (ABENGOA)
D. Jesus García-quílez Gómez. Institución no universitaria - ABENGOA, S.A.
Dª. Joaquina Laffarga Briones. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera
D. Jorge Paradela Gutierrez. Institución no universitaria - HEINEKEN, S.A.
D. José Carlos Casillas Bueno. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. José Luís Galán González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. José Luis Roldán Salgueiro. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Jose Rodriguez Pineda. Institución no universitaria - EL CABALLO
D. Manuel García-Ayuso Covarsi. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera
D. Manuel Mateos Lledó. Institución no universitaria - SIEMENS ENTERPRISE COMMUNICATIONS, S.A.

D. Moises María Roiz Lafuente. Institución no universitaria - LA CAIXA
D. Pedro José Méndez Vega. Institución no universitaria - BBVA
D. Pedro Mendez Zubiria. Institución no universitaria - SEVILLANA-ENDESA, S.A.

Profesorado

D. Francisco José Acedo Gonzalez. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Joan Amat Salas. - INSTITUTO DE EMPRESA
Dª. María José Aracil Fernández. Universidad de Sevilla - Teoría Económica y Economía Política
D. Antonio Jose Barranco Ruíz. - EL CORTE INGLÉS, S.A.
Dª. Carmen Barroso Castro. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Enrique Carvajal Zaera. - SIZET EXPERIENCE

D. José Carlos Casillas Bueno. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Gabriel A. Cepeda Carrión. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Francisco José Cossio Silva. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Mauricio Dominguez-adame Lanuza. - HEINEKEN, S.A.

D. Gabriel Dronda Fernández. - Rendelsur, S.A.

D. Bernabé Escobar Pérez. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera

D. José Luís Galán González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Ignacio García Hernández. - BEFESA, S.A. (ABENGOA)

D. Manuel García-Ayuso Covarsi. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera

Dª. Beatriz García-Figueras Rodríguez. - BBVA

D. Jesus García-quílez Gómez. - ABENGOA, S.A.

D. Sergio Manuel Jiménez Cardoso. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera

Dª. Joaquina Laffarga Briones. Universidad de Sevilla - Contabilidad y Economía Financiera

D. Antonio Leal Millán. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Antonio Luis Leal Rodríguez. Universidad Loyola Andalucía- Organización y Dirección de Empresas

D. Felix Javier Lopez Iturriaga. UNIVERSIDAD DE VALLADOLID- ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

D. Eduardo Marín Muñoz-filpo. - MARÍN & ASOCIADOS, S.A.

D. Enrique Martín Armario. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. David Martín Ruiz. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Alfonso Martínez Escribano. - MARTINEZ ESCRIBANO, DESPACHO DE ABOGADOS

D. Manuel Mateos Lledó. - SIEMENS ENTERPRISE COMMUNICATIONS, S.A.

D. Ignacio Méndez Cortegano. - AGENCIA TRIBUTARIA

D. Pedro José Méndez Vega. - BBVA

D. Pedro Mendez Zubiria. - SEVILLANA-ENDESA, S.A.

D. Mariano Muñoz Sanchez. - MERKAMUEBLE, S.A.

D. Antonio Navarro García. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Francisco Navas Becerra. - VERTICE HOTELES

D. Jorge Paradela Gutierrez. - HEINEKEN, S.A.

D. César Pascual-Terrats Pastor. - ATON, S.A.

D. Ricardo Pichardo Rubira. - GRUPO EDIMAR S.A.

D. Anselmo Presencio Fernández. - UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUCIA

D. Jose Rodriguez Pineda. - EL CABALLO

D. Moises María Roiz Lafuente. - LA CAIXA

D. José Luis Roldán Salgueiro. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)

D. Germán Serrano Rodríguez. - EL CORTE INGLÉS, S.A.

D. Alfonso Vargas Sanchez. HUELVA- DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. Introducción al Aprendizaje con Casos

Número de créditos: 1,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -El método del caso desde la perspectiva del alumno
-Tipos de casos empresariales
-Cómo preparar un caso de estudio
-Las decisiones en el caso y el análisis y proceso de la información
-Cómo discutir un caso: participación y conclusiones

Fechas de inicio-fin: 01/11/2013 - 05/11/2013

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 2. Entorno Macroeconómico

Número de créditos: 2,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -Cuestiones introductorias: crecimiento, inflación y desempleo
Macro magnitudes y Contabilidad Nacional: la situación de la economía española -Mercados: oferta y demanda agregadas. El papel del sector público
-Dinero, sistema financiero y política monetaria
-Política fiscal y Presupuestos
-Relaciones internacionales y Balanza de Pagos

Fechas de inicio-fin: 06/11/2013 - 17/11/2013

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes, Sábado
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 3. Contabilidad y Finanzas para la Dirección

Número de créditos: 19,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -Conceptos fundamentales
-Los estados financieros
-Políticas contables

-Aspectos fiscales
-Análisis de estados financieros
-Análisis de decisiones de gestión
-Sistemas de medición de costes
-Sistemas de Control de gestión:
-Introducción al control
-Centros de responsabilidad
-Control presupuestario
-Indicadores y cuadro de mando

-Necesidades operativas de fondos
-Gestión de la tesorería: cobros
-Gestión de la tesorería: pagos
-Negociación con bancos
-La financiación del crecimiento
-Fondos propios y dividendos
-La gestión del endeudamiento
-Finanzas internacionales
-Valoración de proyectos
-Fondos propios y dividendos
-La gestión del endeudamiento
-Métodos de valoración de empresas
-Métodos de valoración de proyectos de inversión

Fechas de inicio-fin: 18/11/2013 - 26/04/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 4. Entorno Legal

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -Aspectos societarios y mercantiles en las operaciones empresariales
-Aspectos fiscales e impositivos en las empresas, empresarios y sociedades
-Aspectos laborales y de la seguridad social

Fechas de inicio-fin: 26/04/2014 - 30/05/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 5. Dirección de Recursos Humanos

Número de créditos: 6,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -Liderazgo y estilos directivos
-Cultura y Cambio organizacional
-Dirección por objetivos
-Dirección por misiones
-Dirección por proyecto
-Dirección y gestión de competencias
-Selección y formación
-Coaching y evaluación del desempeño
-Gestión de la diversidad
-Administración de directivos y empleados expatriados
-Mentoring y desarrollo de capacidades

Fechas de inicio-fin: 31/05/2014 - 25/07/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de mañana

Módulo/Asignatura 6. Dirección Estratégica y de la Innovación

Número de créditos: 9,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -FUNDAMENTOS DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA
Conceptos
Procesos

Recursos
-GOBIERNO DE LA EMPRESA
Órganos de gobierno y toma de decisiones
Gobierno y empresa familiar
-ANÁLISIS DEL ENTORNO SECTORIAL
Análisis de dos sectores industriales
-ESTRATEGIAS COMPETITIVAS
Estrategia de costes y de diferenciación
-ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN
-ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN
Empresa Internacional
Empresa Multinacional
-ESTRATEGIA DE CAMBIO DE RUMBO
Empresas en Crisis
-ENTREPRENEURSHIP
Oportunidades de Negocio
Emprendimiento individual
Emprendedores y Nuevas Tecnologías
-GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
Creatividad e Innovación
Gestión de la I+D
-COOPERACIÓN Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS
BSC Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
-EMPRESAS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Fechas de inicio-fin: 01/07/2014 - 16/07/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 7. Dirección Comercial y de la Distribución

Número de créditos: 5,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -Orientación al mercado
-Orientaciones estratégicas de la empresa
-La orientación al mercado como recurso

-La orientación al mercado y la internacionalización de la empresa
-Gestión y relaciones con los clientes
-Decisiones sobre canales de distribución
-Estrategia de distribución
-Logística comercial
-Nuevas tecnologías en la distribución: respuesta eficiente al consumidor, reaprovisionamiento eficiente.

Fechas de inicio-fin: 22/07/2014 - 28/07/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 8. Sistemas de Información y de Gestión del Conocimiento

Número de créditos: 4,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -Sistemas para la gestión integrada de los recursos de la empresa (ERP)
-Inteligencia de negocios (Business Intelligence) (BI)
-Concepto, estructura y componentes de un sistema de inteligencia de negocios
-Almacenes de datos (Data warehouses) (DW)
-Análisis de datos
-Minería de datos (Data mining)
-Proceso de gestión del conocimiento en las empresas.
-Las barreras a la transferencia y aplicación del conocimiento.
-La gestión del conocimiento en empresas multinacionales.
-Mecanismos de protección y retención del conocimiento en las empresas

Fechas de inicio-fin: 22/07/2014 - 28/07/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 9. Iniciativa emprendedora, innovación empresarial y creación de empresas

Número de créditos: 10,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: Introducción
La generación y maduración de iniciativas emprendedoras
El proceso de creación de empresas
Mejorar la idea inicial: la balanza de valor, la lista de atributos del producto, el SCAMPER

La valoración del proyecto empresarial
La evaluación de iniciativas emprendedoras

Fechas de inicio-fin: 10/02/2014 - 18/02/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes

En horario de tarde

Módulo/Asignatura 10. Prácticas en Empresa/Institución

Número de créditos: 14,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: Practicas en empresas asociadas al master. El alumno se incorporará a un departamento o rotará por varios departamentos de una empresa, bajo la supervisión de un directivo de la misma.

Fechas de inicio-fin: 01/01/2014 - 30/07/2014

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes
En horario de mañana

Módulo/Asignatura 11. Trabajo Fin de Máster

Número de créditos: 6,00 ECTS

Modalidad de impartición: Semipresencial

Contenido: -Proyecto Fin de Executive Máster in Business Administration:

Elaboración del plan y desarrollo de un trabajo de fin de Máster, elegido libremente por el alumno con la guía de un tutor, que profundice los conocimientos del alumno en una de las áreas de la gestión empresarial. También puede consistir en la realización de un proyecto empresarial o plan de marketing para un producto o servicio.

Fechas de inicio-fin: 20/10/2013 - 31/07/2014

Horario: Viernes, Sábado
En horario de tarde