

## Máster Universitario en Dirección y Administración de Empresas (MBA)

### OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

#### Objetivos

El Máster Universitario en Dirección de Empresas responde a la creciente necesidad de formación que exige el mercado laboral.

Proporciona una enseñanza de calidad en el ámbito de la administración de empresas a todos aquellos profesionales que, con independencia de su formación de base, deseen desarrollar su carrera profesional en el mundo empresarial. Formamos profesionales de alto nivel, capaces de afrontar los desafíos en el cambiante entorno económico, tecnológico y social actual.

La formación impartida, por su visión integral de la empresa, capacitará a los alumnos para desempeñar su trabajo en el ámbito global de una organización y, por sus enseñanzas específicas cualquiera de sus áreas funcionales: administración, finanzas, producción, dirección de personas, marketing o comercialización.

Los objetivos generales del Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA) de UNIR, de conformidad con el Marco Español Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), son los indicados en la tabla que sigue:

1. Ofrecer al alumno una visión global y estratégica de la actividad empresarial y su adecuación al entorno, integrando todas las áreas operativas.
2. Conseguir que el alumno adquiera capacidad de análisis y diagnóstico de problemas empresariales y directivos en las diferentes áreas funcionales: comercial, productiva, financiera, de recursos humanos, logística, innovación, etc..
3. Adquisición de conocimientos, destrezas y dominio de las técnicas empresariales propias tanto de la dirección intermedia como de la alta dirección y de la dirección estratégica bajo un enfoque profesional y práctico.
4. Aplicación de los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos y contextos multidisciplinares, relacionados con el área de la empresa específica que elijan.
5. Preparar personas con las habilidades y destrezas necesarias para tomar decisiones empresariales.
6. Conocer técnicas y herramientas de gestión empresarial avanzadas, saber seleccionar las adecuadas y saber utilizarlas para saber identificar y anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar la información, seleccionar, motivar y dirigir a personas, tomar decisiones, alcanzar objetivos propuestos y evaluar resultados.
7. Entender las repercusiones, amenazas y oportunidades, sobre la actividad empresarial del entorno macro-económico nacional e internacional. Conocer las alternativas de gestión ante dichos cambios.
8. Conocimiento del entorno internacional y global de los negocios. Comprender el concepto y condicionantes de la competencia global para las empresas.
9. Comprender el impacto en tanto en la gestión de las operaciones empresariales como en el negocio de la empresa de la Sociedad del Conocimiento o Sociedad en Red.

10. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios y tomar decisiones a partir de una información generalmente incompleta o limitada.
11. Capacidad de comunicar conocimientos, conclusiones y decisiones con argumentos sólidos, de modo claro y sin ambigüedades, tanto a públicos especializados como no especializados.
12. Preparar personas para trabajar en equipo con flexibilidad, liderazgo.
13. Hacer comprender al alumno la importancia de tener una actitud abierta a la innovación.
14. Adquisición de unos valores éticos y de responsabilidad social crecientemente demandados por las empresas.
15. Preparar al alumno para facilitar la integración profesional en las áreas funcionales de la empresa y/o crear su propio negocio.
16. Dotar a los alumnos de habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de modo autónomo.

## Competencias generales

1. Dominar e integrar técnicas, instrumentos y métodos de gestión necesarios para el desarrollo de su actividad profesional.
2. Profundizar en el conocimiento de la dirección de empresas y las distintas áreas de gestión.
3. Conocer y valorar la incidencia de las variables del entorno en la gestión empresarial y en la consecución de los objetivos organizativos.
4. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, presentar proyectos, resultados, planes, los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
5. Que los estudiantes sean capaces de integrar sus conocimientos de diversas áreas funcionales de la empresa con información generalmente incompleta o limitada del entorno de la empresa para tomar decisiones y resolver problemas en situaciones complejas y multidisciplinarias.

## Competencias específicas

6. Saber distinguir entre Planificación Estratégica, Dirección General y Dirección de áreas funcionales.
7. Aprender la sistemática y manejo de algunas de las herramientas de análisis estratégico con el fin de adoptar las estrategias necesarias para obtener ventajas competitivas.
8. Comprender la relación entre los objetivos empresariales y la Estrategia de la empresa así como conocer técnicas de seguimiento y desviación de objetivos.
9. Conocer la existencia, las aplicaciones y limitaciones y el uso en la gestión de los Sistemas de Información para la Toma de Decisión.
10. Saber manejar indicadores de gestión para tomar decisiones empresariales en función de los mismos.
11. Comprender los elementos diferenciales en la gestión empresarial de empresas inmersas en ambientes tecnológicos respecto de las que no están. El cambio tecnológico puede estar en el producto, en el mercado o en la producción.

12. Conocer y saber usar técnicas de gestión de la innovación. Creación de ventajas competitivas temporales por la innovación.
13. Comprender el objetivo del marketing en las organizaciones y el comportamiento del consumidor y ser capaces formular Planes Integrales de Marketing.
14. Comprender las diferencias entre una organización funcional y por procesos. Dirección por procesos.
15. Saber definir un proceso empresarial.
16. Conocer la existencia, las aplicaciones y limitaciones de los Sistemas de Información para el soporte y control de procesos.
17. Comprender la organización funcional de la empresa. Interrelaciones entre áreas. Identificar y comprender los factores y dimensiones que forman parte de la empresa a nivel funcional y las características de su sistema de administración.
18. Usos de las telecomunicaciones como herramienta de gestión y competitividad.
19. Usos de los Sistemas de Información como herramienta de gestión y competitividad.
20. Conocer las técnicas que se usan en el Marketing Mix.
21. Conocer algunas de herramientas que se utilizan en la planificación de mercados/productos.
22. Ser capaces de realizar un análisis de mercado sectorial.
23. Ser capaces de buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes comerciales y planes de marketing.
24. Comprender y saber utilizar las nuevas técnicas de marketing digital o e-Marketing y los nuevos canales de acceso al consumidor en la Sociedad en Red.
25. Capacidad de toma de decisiones empresariales en función de la información del análisis e interpretación de los cuatro estados contables fundamentales de la empresa, Balance de situación, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Estado de Flujo de Efectivo y Estado del Patrimonio Neto.
26. Saber interpretar la información contable para la toma de decisiones.
27. Conocer y saber interpretar los principales ratios e indicadores de gestión empresarial y financiera.
28. Comprender la financiación del circulante y del inmovilizado, la financiación de proyectos y los fondos autogenerados de productos o áreas de negocio.
29. Saber soportar decisiones, propuestas y proyectos con análisis financieros/contables que aporten información relevante y estructurara que avalen, expliquen, cuantifiquen y analicen los riesgos económicos.
30. Ser capaces de relacionar la toma de decisiones de gestión empresarial con los cambios macroeconómicos.
31. Ser capaces de tomar de decisiones de gestión empresarial en una economía globalizada.
32. Conocer y comprender los elementos necesarios para la entender de una estrategia de internacionalización de la empresa.
33. Saber utilizar las herramientas de e-commerce en el comercio internacional y entender la relación y el impacto en la distribución internacional de los bienes y servicios.
34. Dotar al alumno de técnicas en dirección de equipos al servicio del cumplimiento de objetivos empresariales concretos y de técnicas de negociación.

- 35.** Desarrollar y mantener el talento humano en la organización, analizando los instrumentos y los procedimientos claves en la gestión de recursos humanos.
- 36.** Técnicas para la gestión de equipos humanos para la innovación y para la gestión de cambio continuado.
- 37.** Aportar racionalidad y compromiso ético y de responsabilidad social a la gestión empresarial. Conocer el concepto de responsabilidad Social Corporativa.

### **Competencias específicas**

- 1.** Interpretar, con los medios necesarios, información relevante, fiable y estructurada para la toma de decisiones y resolución de problemas.
- 2.** Capacidad de toma de decisiones en ambientes cambiantes por efecto de la tecnología.
- 3.** Saber usar tecnologías TIC´s para la gestión y para la toma de decisiones.
- 4.** Capacitar al alumno con los conocimientos y habilidades necesarias ser capaz de realizar su desempeño profesional en organizaciones con diversidad cultural.
- 5.** Conocer y comprender los elementos necesarios para la definición de una estrategia de internacionalización de la empresa.
- 6.** Comunicar de forma eficiente, estructurada y ordenada, los aspectos más relevantes de un Proyecto.
- 7.** Dotar al alumno de los conocimientos y habilidades necesarias para interactuar en el entorno internacional.
- 8.** Facilitar el proceso de integración del alumno al mundo profesional empresarial.
- 9.** Dotar a los de habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de modo autónomo.