



UAI
UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ



MGN

Master en
Gestión de Negocios
2010



La Universidad donde la Innovación se Vive

La innovación es la marca de la Universidad Adolfo Ibáñez, el concepto que nos acompaña desde nuestra fundación, cuando hace más de 50 años, corriendo las fronteras de la educación, creamos la primera Escuela de Negocios del país.

En 1979 introdujimos el primer programa de postgrado para ejecutivos, actualmente conocido como MBA. Esa misma innovación es la que, en el advenimiento del siglo XXI, nos hizo poner en marcha el pionero Sistema de Educación de Licenciaturas y Magíster, que rompió definitivamente con el rígido esquema tradicional chileno y que ha sido adoptado por gran parte del Sistema de Educación Superior.

El año 2005 fuimos más allá, cuando abrimos una sede en Estados Unidos e implementamos, en la ciudad de Miami, el programa The Multinational MBA, convirtiéndonos en la primera universidad de América Latina en ofrecer un grado académico superior en ese país, y ofreciendo programas In Company para las empresas de la región.

El año 2006 construimos una sede de postgrados modelo en Latinoamérica, ubicada en la precordillera de Peñalolén, que permite a los alumnos estudiar en medio de las montañas, en un ambiente descontaminado y con una inigualable perspectiva de la ciudad de Santiago.

Porque una cosa es hablar de innovación y otra, saber innovar, en junio de 2008 la Escuela de Negocios en conjunto con la Facultad de Ingeniería y Ciencias, lanzó el primer Master en Innovación de Latinoamérica. Este programa integra tecnología, modelo de negocios y diseño en una propuesta desarrollada por un equipo docente de altísimo nivel. Pero sin duda el paso más importante, realizado en conjunto por ambas facultades, es el lanzamiento del primer Doctorado en Management del país, en julio del mismo año.

La innovación, más que un destino, es un proceso y un estilo de hacer las cosas. Por esto, la innovación continúa y se encarna en cada uno de nuestros programas.

Bienvenidos.



Alfonso Gómez M.
Decano Escuela de Negocios.



MGN

Master en Gestión de Negocios

Presentación del Programa

Una condición necesaria para que un administrador realice una gestión exitosa, es lograr que todos los miembros de la organización lleven la estrategia definida a la práctica. Este proceso requiere el desarrollo de una serie de habilidades, así como el uso de modelos y herramientas, que permitan evaluar el grado de cumplimiento de los planes y el resultado asociado a éstos.

Ha sido común analizar la empresa desde diferentes ángulos. Existe una perspectiva financiera, que pone el énfasis en el riesgo y retorno de un negocio, otra perspectiva está centrada en captar y cuidar clientes, existe otra que se preocupa de mejorar los procesos del negocio, y aún otra orientada al aprendizaje de la organización y sus miembros. En realidad, todas estas dimensiones son importantes, pero se debe considerar también la interdependencia que existe entre ellas. Para crear valor financiero es preciso satisfacer a los clientes. Para lograr esto último, los procesos deben ser eficientes.

Para lograr clientes satisfechos y procesos eficientes, se requiere personal capacitado e inteligencia organizacional. Esa es justamente la visión integral que propone el Master: alinear a toda la organización tras una estrategia que se traduce en objetivos coordinados y coherentes para cada una de las perspectivas tradicionales.

El Master en Gestión de Negocios (MGN) está orientado a aquellas personas interesadas en adquirir las herramientas necesarias para hacer crecer y desarrollar las unidades de negocios de las cuales están a cargo, o sus propios negocios, a través de la aplicación de herramientas prácticas de planificación estratégica, control de gestión y administración del crecimiento.

El programa se centra en desarrollar habilidades y competencias concretas para dirigir el proceso de crecimiento coordinado de una empresa, a través de alinear efectivamente a toda la organización con la estrategia y la propuesta de valor definidas.



Jorge Niño T.
Director Académico
Master en Gestión de Negocios.



Por Qué Nosotros

Prestigio Nacional e Internacional

Desde su fundación, nuestra Escuela de Negocios ha sido reconocida como la mejor escuela para los hombres y mujeres de negocios del país. Hoy es una de las escuelas líderes de América Latina. Todo esto avalado por contar con el mayor número de egresados de programas de postgrados de negocios en Chile, acreditaciones internacionales y su presencia en EE.UU. y Latinoamérica.

Enfoque práctico orientado a la Toma de Decisiones

Nuestro enfoque es práctico, orientado a crear y desarrollar criterios para la toma de decisiones empresariales. Buscamos integrar los conocimientos teóricos con experiencias prácticas, a través del estudio y análisis de casos y de la interacción con profesores que cuentan con antecedentes académicos impecables, además de una probada experiencia profesional. Nuestro objetivo es que usted pueda tomar mejores decisiones para aumentar su contribución a los resultados de su organización.

Cuerpo de Profesores Capaz de Aplicar la Teoría a la Práctica

Nuestros profesores full time alternan su labor docente con directorios de empresas, investigación aplicada y proyectos de consultoría. Asimismo, los profesores invitados son o han sido ejecutivos que desempeñan cargos gerenciales en importantes empresas. De esta manera, nuestro cuerpo docente combina una sólida base conceptual, una amplia experiencia en la formación de ejecutivos y una reconocida capacidad para aplicar la teoría al mundo de los negocios.

Filosofía Educativa Innovadora

Nuestra Escuela es pionera en la formación basada en la innovación y emprendimiento. Todos los programas contienen una secuencia de “trabajos prácticos” que ponen el énfasis en la solución de problemas reales y el desarrollo de proyectos concretos. Ello se complementa con una rigurosa educación técnica, que potencia las habilidades analíticas.

Infraestructura diseñada para la Formación de Ejecutivos

Contamos con un campus especialmente diseñado para programas de postgrados. Las salas de clases tipo auditorios están acondicionadas especialmente para la formación de ejecutivos. Contamos con auditorios en distintos niveles, para facilitar la visión de las exposiciones y permitir la interacción entre los alumnos. Existen además salas equipadas para facilitar el desarrollo de reuniones de trabajo en equipo.

Compatibilidad con la Actividad Laboral

El formato de tiempo parcial del Master, con clases solamente una vez por semana, permite continuar la actividad laboral, sin necesidad de interrumpir el trabajo, ingresos y experiencia laboral acumulada.



Innovación, nuestro sello

Objetivos

Formar profesionales de alto nivel capaces de “orquestrar” la contribución de cada área de negocios a los resultados globales de la organización, así como visualizar las alternativas de crecimiento de sus áreas de negocios y de la misma organización. Asimismo, los participantes internalizarán los conceptos de cuadro de mando integral y alineamiento estratégico.

Objetivos específicos

- » Formular una estrategia de negocios sobre la base de una ventaja competitiva que se diferencie de la oferta que entreguen los otros competidores que operan en la industria.
- » Tomar decisiones de gestión financiera para crear valor en la organización.
- » Administrar las relaciones con clientes y proveedores sobre la base de un concepto moderno y competitivo de la cadena de valor.
- » Liderar el equipo de colaboradores, de acuerdo con el perfil de cada uno de ellos, para que potencien su aporte individual y colectivo a la organización.
- » Tomar decisiones concordantes con la filosofía y el marco ético de la empresa, los acreedores, los empleados, los clientes y la sociedad en general.

Quiénes Deben Asistir

El Master está dirigido a profesionales universitarios, de diversa formación previa y con experiencia laboral relevante, que sean responsables de la gestión de unidades de negocios, de administrar organizaciones o de administrar negocios propios.



Deseamos además completar la formación académica del participante, de modo que pueda avanzar en su carrera profesional, permitiéndole acceder a nuevas posiciones laborales directivas.



Acceso Directo al 2º Año del Master

Aquellos postulantes que hayan cursado previamente el Diploma en Gestión de Negocios, tanto en Santiago como en Viña del Mar, en nuestra Escuela de Negocios, podrán postular directamente al segundo año y acceder al grado de Magíster.

Aquellos postulantes que hayan cursado un diploma o postítulo de igual contenido y exigencia al nuestro, en otra institución educacional, podrán también postular directamente al segundo año del Master. Para esto el postulante deberá traer todos los antecedentes del programa cursado anteriormente (malla y contenidos académicos, certificado de la duración en horas y certificado de realización y aprobación del diploma o postítulo), los cuales serán analizados por la dirección académica del Master para determinar las posibles convalidaciones programáticas y el eventual acceso directo al segundo año.

Obtención del Grado Académico

Al cursar y aprobar, de acuerdo a lo estipulado en el reglamento académico del Master, la totalidad de los módulos y talleres contenidos en el Programa, así como los trabajos integradores del año 1, y el plan de desarrollo de negocios del año 2, el alumno recibirá el grado académico de Magíster en Gestión de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez. El otorgamiento de este grado académico exige la previa posesión del grado académico de Licenciado o de un título profesional equivalente.

Metodología

Nuestra Escuela desde su formación se ha caracterizado por una metodología orientada a la preparación del alumno para la toma de decisiones. De esta forma, este Master integra conocimientos y ejercicios prácticos (casos, talleres, trabajos integradores y plan de desarrollo de negocios) de tal forma de generar las condiciones necesarias para que los alumnos puedan poner en práctica sus nuevos conocimientos y habilidades.



Visión profunda y aplicada

Estructura del Master

La estructura académica del Programa, con una duración de dos años, conduce en el primer año al Diploma en Gestión de Negocios y en el segundo año al Master en Gestión de Negocios.

» Primer año: Conducente al Diploma en Gestión de Negocios

Se adquirirán herramientas para plasmar una estrategia en objetivos concretos, así como conocimientos para planificar, dirigir y controlar la gestión de una empresa o unidad de negocios, con una visión que conjuga armónicamente las diferentes perspectivas (la financiera, la de clientes, procesos y personas). El enfoque es eminentemente práctico, lo que se refuerza con los trabajos integradores. En el Trabajo Integrador I, los participantes deberán desarrollar una detallada planificación para un nuevo negocio, y en el Trabajo Integrador II, un sistema de control de gestión para éste.

» Segundo año: Conducente al Master en Gestión de Negocios

Se enfatizan los aspectos de crecimiento del negocio y se entregan herramientas adicionales para gestionar adecuadamente este complejo proceso. Así, se abordan aspectos de legislación comercial, laboral y tributaria, necesarios para el desarrollo del negocio, se estudian los procesos de innovación y desarrollo de nuevos mercados, los efectos que tiene el crecimiento del negocio sobre las finanzas, la creación de valor y la estructura organizacional, y la forma de alinear a la organización en pos de los objetivos definidos para ésta. Nuevamente, los participantes deberán aplicar los conceptos estudiados en un completo plan de desarrollo para un negocio concreto.

AÑO 1

MALLA CURRICULAR» CONDUCTENTE AL DIPLOMA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS

módulo »»1

Marco General

Análisis estratégico

- » Concepto de estrategia.
- » Estrategias competitivas y análisis de industria.
- » Ventajas competitivas.
- » Mapas de posicionamiento.
- » Disciplina de la ejecución.

Análisis de estados financieros

- » Marco conceptual para el análisis y la planificación financiera.
- » Análisis de estados Financieros.

• Taller Trabajo en Equipo e Integración

módulo »»2

Planificación Estratégica

Plan de marketing

- » Marketing como filosofía de empresa.
- » El plan de marketing como parte de la planificación estratégica.
- » Conceptos de segmentación, diferenciación y posicionamiento.

Evaluación de proyectos

- » Determinación de flujos de caja.
- » Valor del dinero en el tiempo. Tasas de descuento.
- » Evaluación financiera de proyectos.
- » Costo Capital.

Planificación de la estructura organizacional

- » Naturaleza de la organización.
- » Diagnóstico y análisis organizacional.
- » Planificación y selección de los RR.HH.

TRABAJO INTEGRADOR I

Los alumnos, organizados en grupos de trabajo, deberán desarrollar y presentar un plan estratégico para un nuevo negocio o una nueva línea de negocios. Este plan comprenderá el análisis de industria, la definición del modelo de negocios, el plan comercial y la evaluación financiera.

módulo »»3

Dirección

Información y gestión financiera

- » Asignaciones de costos.
- » Punto de equilibrio y apalancamiento operativo.
- » Análisis de presupuestos.
- » Precios de transferencia.

Dirección de marketing

- » Marketing estratégico.
- » Nociones de marketing de servicios e industrial.
- » Marketing relacional.

Gestión de la cadena de operaciones

- » Segmentación de los clientes según necesidades de servicio.
- » Establecimiento de redes de distribución logística.
- » Gestión estratégica de las fuentes de abastecimiento.

Dirección de los RR.HH.

- » Sistemas de reclutamiento y selección.
- » Administración del desempeño.

módulo »»4

Control de Gestión y Cuadro de Mando Integral

Perspectiva financiera

Perspectiva del cliente

Perspectiva logística y de los procesos internos

Perspectiva de aprendizaje y crecimiento

En todas las perspectivas se verá el diseño de indicadores básicos y la coherencia con la estrategia global.

TRABAJO INTEGRADOR II

Cada grupo desarrollará y presentará un cuadro de mando aplicado a la misma empresa del primer Trabajo Integrador. Dicho cuadro de mando permitirá traducir la estrategia definida en objetivos específicos e indicadores para las diferentes perspectivas vistas en el módulo 4.

módulo »» 5

Desarrollo del Negocio

Este módulo aborda conceptos de innovación y desarrollo de mercados, así como aspectos de regulación que son imprescindibles de conocer para lograr un crecimiento sustentable.

Procesos de innovación y creación de valor

Se analizará la forma en que la innovación puede ser aprovechada en la gestión, de tal forma de crear valor para una organización en crecimiento.

- » Aprender a Innovar para competir.
- » Generando los cambios en estrategia y cultura.

Desarrollo de nuevos mercados

Desarrollo e implementación de estrategias de marketing orientadas a desarrollar mercados nacionales e internacionales.

- » Penetración de mercados.
- » Estrategia de desarrollo de nuevos productos.
- » Estrategia de enfoque en nuevos segmentos.

Aspectos tributarios, legislación comercial y laboral

Se verán nociones de planificación tributaria, así como elementos básicos de normativa comercial y laboral: definición de empresa, tipos de sociedades, ley de sociedades anónimas, leyes laborales.

Conceptos de RSE y negocios sustentables

Se analizarán las obligaciones de la empresa con los stakeholders, así como la gestión de la RSE.

- Taller Negociación & Relaciones

módulo »» 7

Alineamiento

Cómo alinear a la organización en pos del objetivo estratégico

- » Alignment.
 - Alineamiento de estrategias financieras y del cliente.
 - Alineamiento de estrategias de procesos internos y de aprendizaje.
 - Alineamiento de funciones de apoyo.
 - Alineamiento de socios externos.

* La mayoría del material académico y de las lecturas, estarán disponible para el alumno en un sitio WEB especialmente diseñado para tales efectos. El alumno tiene la responsabilidad de bajar e imprimir todo el material.

módulo »» 6

Gestión del Crecimiento

Cómo financiar el crecimiento

Se analizan las diferentes formas en que se puede estructurar el financiamiento del crecimiento de una organización.

- » Análisis de necesidades operativas de fondos.
- » Crecimiento y riesgo.
- » Estructura de financiamiento.

Diseño organizacional y esquema de incentivos

Se analizará, como desafío de las organizaciones, la transformación o reconversión de las competencias y habilidades de sus ejecutivos. El objetivo es desarrollar una comprensión de los fenómenos humanos que gobiernan el desarrollo de relaciones en las personas, tanto en sus vínculos laborales como comerciales.

Gestión de calidad

Se analizará la calidad como herramienta competitiva, determinándose sus costos y beneficios, el mejoramiento continuo y las medidas de calidad.

PLAN DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

En grupos, los alumnos desarrollarán un trabajo cuyo objetivo es aplicar la experiencia y conocimientos adquiridos durante el Master para identificar una oportunidad de crecimiento de negocio y elaboren un proyecto para capturar esa oportunidad dentro de una empresa establecida. Se busca que la oportunidad a desarrollar contenga aspectos innovadores en alguno de estos ámbitos: producto, proceso, gestión o modelo de negocios.

Nuestros Profesores

PROFESORES MASTER EN GESTIÓN DE NEGOCIOS

» GREGORIO AIROLA

Executive MBA e Ingeniero Comercial, Universidad Adolfo Ibáñez. Gerente de Recursos Humanos, Escuela de Medicina de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

» LEOPOLDO ARIAS

Doctor en Administración de Empresas, mención marketing, Oklahoma State University, USA. MBA, University of Saint Thomas, USA. Estudios de postgrado en publicidad y comunicaciones, ESAN, Perú. Consultor y asesor de empresas. Profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» PABLO LUIS CANEPA

Executive MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Ingeniero Comercial y Diploma en Gestión de Marketing, Universidad de Chile. Consultor y Director de Empresas. Director académico del Diploma en Marketing Integral y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» PABLO JAVIER CANEPA

Executive MBA, ESADE, España. Ingeniero Politécnico con mención en Economía y Administración. Socio director consultora Canepa & Alarcón Consultores. Director de empresas. Director académico del Master en Dirección de Marketing y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» AUGUSTO CASTILLO

Ph.D. en Finanzas y MBA, Universidad de California en Los Angeles (UCLA), USA. Ingeniero Comercial, Pontificia Universidad Católica de Chile. Autor de numerosas publicaciones nacionales como internacionales. Consultor de empresas en temas financiero-contables. Director académico del Diploma en Dirección Financiera y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» NICOLÁS COX

Executive MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Director de Finanzas de Business News Americas y socio de Paperless Chile S.A. Profesor del área de Estrategia Competitiva y Estrategia Corporativa.

» LUIS DE LA BARRA

Psicólogo, Pontificia Universidad Católica de Chile. Se desempeñó como gerente corporativo de organizaciones y recursos humanos de Enersis y Banco Santander. Consultor de empresas nacionales y extranjeras. Amplia trayectoria en gestión y dirección de RR.HH.

» GERMÁN ECHECOPAR

Ph.D. y Master of Arts en Economía, University of Notre Dame, USA. Ingeniero Civil Industrial, Pontificia Universidad Católica del Perú. Empresario del sector de alimentos y consultor de empresas. Director académico del Centro de Innovación y Emprendimiento y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» SERGIO GAMONAL

Abogado, Universidad de Chile. Director de la Sociedad Chilena de Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social. Ha publicado más de 60 artículos especializados en revistas y obras colectivas nacionales y extranjeras, además de varios libros. Profesor full time e investigador en derecho del trabajo de la Facultad de Derecho de la UAI.

» FELIPE GACITÚA

MBA Stanford University, USA. Ingeniero Civil Industrial, Universidad Técnica Federico Santa María. Desde el año 2003 trabaja como consultor de empresas en las áreas de Planificación Estratégica y Desarrollo de Negocios, para clientes como Panaderías Castaño, Grupo Nueva, Masisa, Dercó y LG Chile, entre otros.

» GIANFRANCO GHIRARDELLI

Estudios de postgrado, Harvard University. Ingeniero Comercial, Universidad Adolfo Ibáñez. Presidente de Ghia Toscano S.A. Director de Empresas. Profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» VÍCTOR KÜLLMER

MBA, Dartmouth College. ITP, Universidad de Harvard, USA. Ingeniero Comercial, Universidad Adolfo Ibáñez. Director y consultor de empresas. Variada y amplia trayectoria académica, como profesor de administración, marketing y estrategias. Profesor Emérito de la Escuela de Negocios de la UAI.

» JAIME ITURRIAGA

MBA, Concordia University, Canadá. MFP, Stanford University. Ingeniero Comercial, Universidad Católica de Valparaíso. Consultor de empresas. Director académico del Diploma en Gestión de Negocios de Viña del Mar y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» GONZALO JIMÉNEZ

MBA Ecole Ponts et Chaussées, Francia. Economista y M.Sc. Finanzas, Universidad de Chile. Primer Rockefeller Scholar Chileno, Harvard University (Beca A.Luksic). Director Ejecutivo de Proteus, consultora especializada en estrategia, organización y gobierno corporativo. Director del Centro de Empresas Familiares Albert von Appen, y profesor de la Escuela de Negocios de la UAI.

» JUAN SEBASTIÁN MONTES

Ph.D. en Administración de Empresas, IESE Business School, Universidad de Navarra, España. Abogado, Universidad de Chile. Empresario, director y consultor de empresas. Profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

PROFESORES DE TALLERES

» RODRIGO MORRÁS

Magíster en Matemáticas e Ingeniero Civil, Universidad Técnica Federico Santa María. DPA, Universidad Adolfo Ibáñez. Certificado en Business Coaching, Newfield Consulting. Consultor y asesor de empresas. Ha dirigido importantes proyectos de dirección organizacional de servicios y desarrollo de cultura de servicios. Profesor full time y Director académico del Diploma y Master en Dirección y Desarrollo de Servicios de la UAI.

» JORGE NIÑO

Ph.D. en Ciencias Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. MBA, University of Rochester, USA. Contador Auditor e Ingeniero en Información y Control de Gestión, Universidad de Chile. Consultor de Empresas. Director del Master en Gestión de Negocios y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» PABLO NARANJO

Executive MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Ingeniero Comercial, Florida International University, USA. Socio, director y consultor de empresas a través de Marketview Business Consulting. Profesor visitante en el departamento de Marketing de la University of San Francisco, USA. Profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» CARLOS OSORIO

Ph.D. en Tecnología, Gestión y Estrategia, MIT, USA. Master en Políticas Públicas, Universidad de Harvard, USA. Ingeniero Civil Industrial, Universidad de Chile. Director académico del Master de Innovación y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» ERNESTO RENCORET

Magíster en Planificación y Gestión Tributaria, Universidad de Santiago de Chile. Abogado, Universidad Gabriela Mistral. Abogado asociado del Estudio Jurídico Blanche, Molina & Cía. Asesor y consultor de empresas. Profesor full time de la Facultad de Derecho de la UAI.

» DANTE SANTONI

Executive MBA, ESADE, España. Ingeniero con mención en Economía y Administración. Asesor y consultor de Empresas.

» DANIEL TARAZONA

Ingeniero Industrial, Instituto Tecnológico Bs. As., Argentina. Director y consultor de empresas. Ha realizado más de 100 proyectos logísticos e industriales en Argentina, Chile, Uruguay y Brasil. Especialista en el desarrollo e implementación de estrategias de negocios y reingenierías, con orientación operativa.

» ANDRÉS TOLEDO

MBA, Babson College. Ingeniero Comercial, Universidad Adolfo Ibáñez. Director de la carrera de Ingeniería Comercial de la sede de Viña del Mar y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» GERSON VOLENSKI

Executive MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Ingeniero Comercial, Universidad de Chile. Socio de Surlatina Consultores a cargo del área de recursos humanos y desarrollo profesional. Director académico del Master en Dirección de Personas y Organizaciones y profesor full time de la Escuela de Negocios de la UAI.

» GUILLERMO ABARCA

Psicólogo, Pontificia Universidad Católica de Chile. Consultor Senior, especialista en temas de trabajo en equipo, comunicaciones efectivas y liderazgo entre otros. Profesor del Centro de Educación Ejecutiva de la UAI.

» JAIME GARCÍA

Empresario y consultor de empresas. Diplomado en Biología del Conocimiento, Instituto Matrizico Doctor Humberto Maturana. Socio fundador y presidente de Consultora Americaventas, dedicada a la formación comercial de ejecutivos y a la intervención de procesos comerciales estratégicos. Director del Centro de Negociación, del Diploma de Negociación y profesor de la Escuela de Negocios de la UAI.

» LUZ EUGENIA MUNDACA

Psicóloga y Diploma en Dirección de Recursos Humanos, Pontificia Universidad Católica de Chile. Coach Ontológico, The Newfield Network. Directora del Diploma en Liderazgo y Coaching y profesora de la Escuela de Negocios de la UAI.

» CARLOS SANHUEZA

Executive MBA, Universidad Adolfo Ibáñez. Diploma en Finanzas, postgrado en Evaluación de Proyectos y Administrador Público, Universidad de Chile. Socio y director de la Corredora de Seguros Cono Sur. Director del Centro de Negociación, del Diploma de Negociación y profesor de la Escuela de Negocios de la UAI.



Sede Peñalolén

Para Desconectarse e Inspirarse

Enclavado en los faldeos de los cerros de Peñalolén se encuentra el nuevo campus de Postgrados de la Universidad Adolfo Ibáñez: diseñado para alejarse de la rutina y emprender la aventura de estudiar.

Un lugar tranquilo para pensar en medio de una arquitectura y naturaleza imponentes, que inspiran y abren la mente.

El campus Peñalolén está pensado para ser un lugar privilegiado para el estudio y la generación de contactos, a través de la interacción con empresas y empresarios.

Las 16 salas de estudio completamente equipadas y una biblioteca exclusiva, junto a salas de clases en forma de auditorios constituyen una infraestructura de primer nivel, adecuada a los más altos estándares mundiales.

A 20 minutos de nuestra Sede de Presidente Errázuriz

Situada a sólo 20 minutos desde nuestra Sede de Presidente Errázuriz, Vitacura y Providencia, el campus cuenta con importantes vías de acceso, como Tobalaba y Padre Hurtado. El traslado a la sede se realiza en horarios en que el flujo vehicular transita en el sentido opuesto, lo que lo hace muy expedito.





Inspiración





Admisión

Requisitos de Postulación

Los interesados en postular al Master deben cumplir con los siguientes requisitos:

- » Estar en posesión del grado académico de Licenciado o Título Profesional equivalente, otorgado en Chile (por una Universidad o Instituto Profesional reconocido por el Estado) o en el extranjero.
- » 4 años de experiencia laboral profesional (mínimo).
- » Dominio del inglés a nivel de lectura básica. Parte del material académico de lectura obligatoria será entregado en inglés (20%, sólo en el segundo año).

Antecedentes a Presentar para Postular

- » Certificado de Licenciatura (original o fotocopia legalizada).
- » Fotocopia del carnet de identidad legalizada o certificado de nacimiento.
- » Solicitud de postulación (disponible en www.uai.cl/masters).
- » Carta Compromiso de la organización (disponible en www.uai.cl/masters).
- » Currículum Vitae.
- » 1 foto tamaño carnet.

Período de Postulación

Del 28/09/2009 al 26/03/2010.

- » Se reciben postulaciones durante el mes de febrero.
- » El período de postulaciones podrá cerrarse antes si se completan los cupos disponibles.
- » Si el postulante aceptado no se matricula a tiempo, se entenderá que desiste de su postulación al Master.

Proceso de Postulación y Aceptación en el Master

- » Todos los antecedentes deben entregarse en “Postulaciones del Master en Gestión de Negocios”, Av. Presidente Errázuriz 3485, Las Condes, Santiago.
- » Una vez recibidos los antecedentes, éstos son analizados por la dirección académica. En caso que surja la necesidad de aclarar dudas, el postulante podrá ser citado a una entrevista personal con la Dirección del Master al cual postula.
- » Se considera como postulante al interesado que **adjunta todos los antecedentes de postulación más arriba solicitados**. El postulante quedará fuera del proceso en caso de no completar oportunamente su postulación.
- » El cumplimiento de los requisitos de postulación no asegura la aceptación del postulante al Master.
- » La aceptación se formaliza a través de una carta que le envía la Universidad declarando su condición de “aceptado”.
- » Una vez recibida esa carta el postulante aceptado debe matricularse a la brevedad, según los plazos estipulados, para conservar su cupo. De lo contrario si las vacantes se llenan, aunque haya sido aceptado, no podrá matricularse.

Requisitos de Aprobación

El proceso de certificación del Master exige como mínimo un 75% de asistencia global al Master, el cursar y aprobar todos los módulos del programa, la asistencia a todos los Talleres de Habilidades Gerenciales y la aprobación de los trabajos integradores y el plan de desarrollo de negocios.



Información General

Lugar de Realización

Diagonal Las Torres 2.700, Peñalolén, Santiago.

Fechas y Horarios

Clases: una vez por semana.

- » Primer año: martes de 9:00 a 13:30 hrs., del 6 de abril al 18 de diciembre de 2010.
- » Segundo año: miércoles de 9:00 a 13:30 hrs., del 6 de abril al 17 de diciembre de 2011.

- » Exámenes: días sábados (9 sábados en el primer año y 6 sábados en el segundo año).
- » Taller Trabajo en Equipo (primer año): un día extra en el año, de 8:30 a 16:30 hrs.
- » Presentaciones Trabajos Integradores (primer año): dos jueves al año de 9:00 a 13:30 hrs.
- » Taller Negociación & Relaciones (segundo año): un día extra en el año, de 8:30 a 18:30 hrs
- » Presentaciones Plan de Desarrollo de Negocios (segundo año): un viernes al año de 9:00 a 13:30 hrs.

Acceso directo al 2° año (para ex alumnos DGN):

Clases: Miércoles de 9:00 a 13:30 hrs., del 7 de abril al 18 de diciembre de 2010.

Valor del Master

Matrícula: UF 3 (se paga una sola vez)

Arancel anual:

- » Primer Año: UF 180
- » Segundo Año: UF 200

Formas de Pago

Matrícula:

Se debe pagar inmediatamente una vez recibida la carta de aceptación al Master y según los plazos señalados en esa carta.

En caso contrario, no se asegura un cupo en el Master.

Si el postulante aceptado pagó su matrícula y desiste de ingresar al programa, no se hará devolución de las UF 3 de la matrícula.

Arancel:

Contado: Al pagar el valor total del Master antes del 30 de abril de 2010, se accede a un 5% de descuento sobre el valor a pagar. No se considera la matrícula en el valor total para el descuento.

Cuotas:

Año1: 9 cuotas de UF 20 c/u, de abril a diciembre.

Año 2: 9 cuotas de UF 22,22 c/u, de abril a diciembre.

Descuentos

1. Los ex alumnos de los programas regulares de Master, Diplomas (exceptuando los ex alumnos del Diploma en Gestión de Negocios) y pregrado de la UAI, tienen un 15% de descuento sobre el valor del arancel del programa.

2. Grupos de alumnos pertenecientes a una misma empresa estarán sujetos a la siguiente tabla de descuentos sobre el valor arancel:

Número de Participantes	Descuento
2 a 4 participantes	5%
5 participantes o más	10%

3. Los alumnos que paguen al contado antes del 30 de abril de 2010, tienen un 5% de descuento sobre el valor total a pagar (no se considera la matrícula para la aplicación de este descuento).

Nota: El descuento de pago contado no aplica sobre el descuento de 15% de ex alumno.

Informaciones y postulaciones

Paola Ordenes
masters@uai.cl
(56-2) 331 1238
www.uai.cl



MGN

Master en
Gestión de
Negocios

2010



Información y postulaciones

Paola Órdenes U.
masters@uai.cl
(56-2) 331 1238

www.uai.cl

Otros Master Impartidos por la Escuela de Negocios:

- Dirección Financiera
- Dirección de Personas y Organizaciones
- Dirección de Marketing
- Dirección Estratégica de Ventas
- Comportamiento del Consumidor
- Dirección y Desarrollo de Servicios
- Comunicación Estratégica
- Innovación