



DOCTORADO DOCTRINAL INTERNACIONAL EN BUSINESS ADMINISTRATION (MBA).

OBJETIVOS

La Maestría Internacional en Business Administration (MBA), incide en la visión estratégica, internacional e innovadora de la dirección empresarial, en tanto que cualquier responsable de una organización empresarial, o de un área de la misma, debe tener una visión global de la empresa, comprender que toda decisión estratégica debe alinearse con la estrategia de la empresa y hacerlo de forma innovadora.

Realizar esta Doctorado , es algo fundamental hoy día para el éxito profesional. Según un estudio del Executive MBA Council, el salario medio de los participantes en un MBA aumenta un 11,4 por ciento desde el principio hasta el final del sus programas:

Objetivos de la maestría internacional en business administration (MBA).

El doctorado se dirige a directivos y profesionales que busquen liderar proyectos.

Este MBA te acerca al mundo de la empresa ofreciéndote una visión amplia y global. Te formarás como directivo de importantes empresas o como emprendedor para montar tu propio negocio. Además desarrollarás tus capacidades profesionales y aprenderás a mejorar la gestión, eficacia y productividad de tu trabajo. Serás capaz de tomar las mejores decisiones y de aprovechar cada oportunidad para optimizar un negocio, ya sea propio o ajeno.

Podrás enfrentarte a un mundo globalizado y en constante cambio movido por la innovación y la tecnología. Destacan tres factores clave:

Tecnología: te prepara para dirigir organizaciones con base tecnológica.

Emprendimiento: te empuja a montar tu propio negocio. Internacionalidad: te aporta las habilidades y la visión para dirigir empresas con presencia en el extranjero.

CONTENIDO PROGRAMÁTICO.

Desarrollo Doctrinal

- 001 Estudios Bíblicos 1
- 002 Estudios Bíblicos 2
- 003 Ética Profesional y Hermenéutica Cristiana 1
- 004 Ética Profesional y Hermenéutica Cristiana 2

BLOQUE 1. FUNDAMENTOS ANALÍTICOS

1. Investigación La innovación estratégica.
2. Investigación El actual panorama económico mundial y sus implicaciones para América latina y el Caribe.
3. Investigación Perspectivas económicas mundiales y cambio de prioridades.
4. Investigación La crisis económica global.
5. Investigación Las potencias emergentes.
6. Investigación Diseño organizacional.
7. Investigación Tendencias modernas de diseño organizacional.
8. Investigación El diagnóstico financiero.
9. Investigación Nuevas tendencias en análisis financiero.
10. Investigación La idea y la concepción del negocio
11. Investigación Manual para la identificación de oportunidades de negocio.

BLOQUE 2. CONCEPCIÓN ESTRATÉGICA

1. Investigación La innovación estratégica.
2. Investigación Sistema de gestión de la innovación.
3. Dirección estratégica de la innovación en entornos dinámicos.
4. Investigación Finanzas corporativas.
5. Investigación Gobierno corporativo.
6. Investigación La internacionalización de la empresa
7. Investigación Estrategias y plan de internacionalización.
8. Investigación Estrategias de marketing internacional.
9. Investigación Gestión de la cadena de abastecimiento.
10. Estrategias empresariales ante el comercio electrónico

BLOQUE 3. MANAGEMENT

1. Inteligencia de negocios business intelligence.
2. Business intelligence información como arma diferenciada.
3. Customer relationship management.
4. CRM tres estrategias de éxito.
5. Management intercultural.
6. Planificación y control de gestión.
7. Tendencias del marketing para el siglo 21.
8. El plan de negocio.
9. Elaboración del plan estratégico
10. Desarrollo y gestión de competencias profesionales.

BLOQUE 4. DESARROLLO DE HABILIDADES DIRECTIVAS

1. . Investigación Liderazgo conceptos teorías y hallazgos relevantes
2. . Investigación Liderazgo organizacional
3. . Investigación Nuevas formas de liderazgo en equipos.
4. Investigación La ética en el liderazgo empresarial ante los retos del siglo 21.
5. Investigación Ética empresarial.
6. Investigación Cambio organizacional.
7. Investigación La conflictividad en las empresas.
8. Investigación El conflicto en las organizaciones.
9. El modelo de empresa del siglo 21.
10. Investigación El management del siglo XXI.