

# Máster Executive en Dirección General de Empresas

Executive Master in Business Administration

Almería





## Un largo camino hacia la **excelencia...**

La formación hace evolucionar a la persona y ese es nuestro objetivo.  
A través de estas páginas le mostramos quiénes somos  
y la filosofía que rige nuestro enfoque formativo:  
la orientación práctica de los conocimientos adquiridos.

Este programa es el fruto de un minucioso trabajo de investigación  
y desarrollo con el que pretendemos aportar los conocimientos necesarios  
para forjar a los mejores profesionales del mundo empresarial.

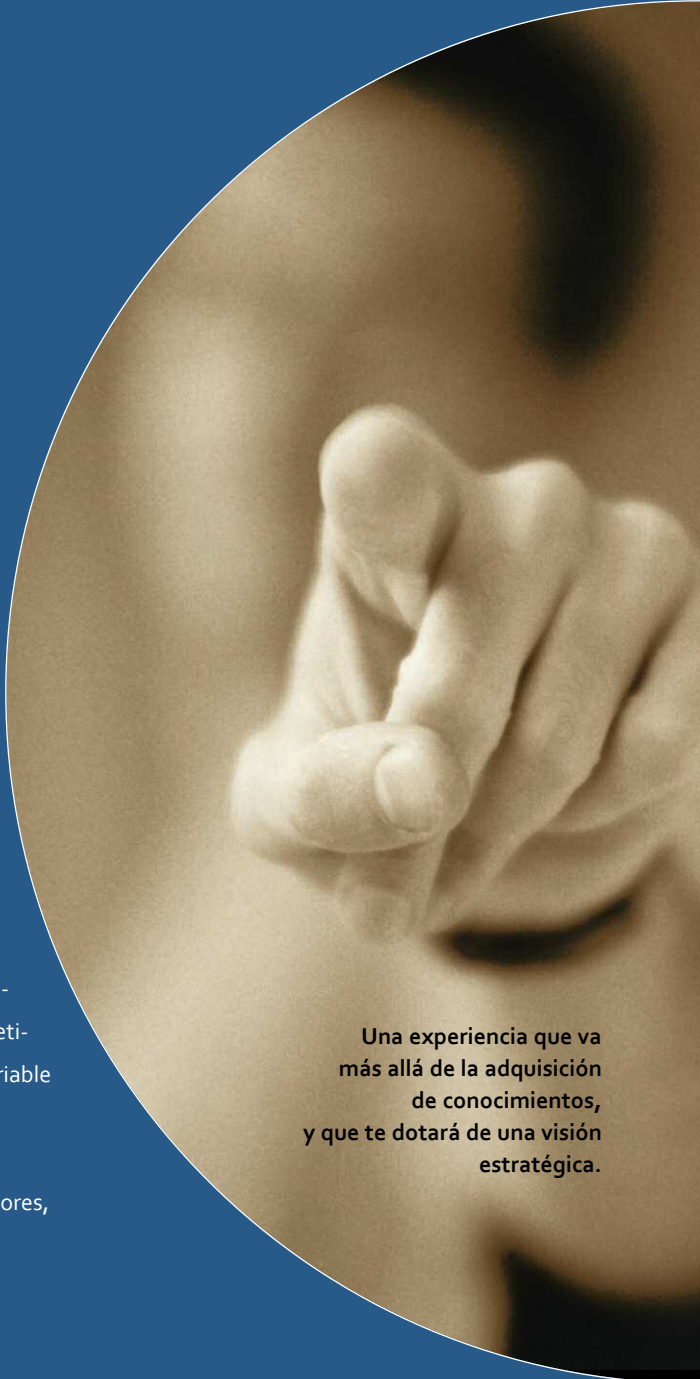
# Máster

## Executive en Dirección General de Empresas

El programa que le presentamos nace fruto de la cooperación entre la **Fundación Almeriense para la Excelencia Empresarial** y **ESIC**. Nuestro mutuo compromiso con el desarrollo de profesionales capaces de crear y dirigir empresas y organizaciones de una forma responsable y eficaz, fue el punto de partida para diseñar conjuntamente el Máster Executive en Dirección General de Empresas que hoy le presentamos.

El empresario -y los directivos de las empresas- deben tomar, continuamente, decisiones que exigen formular análisis y predicciones sobre situaciones de gran complejidad y, por lo general, sometidas a cambios rápidos y bajo la presión de una fuerte competencia. En estas circunstancias, la variable gestión de la empresa cobra un valor especial para el éxito o el fracaso.

A lo largo de este folleto podrás profundizar en los contenidos académicos, el claustro de profesores, los objetivos del programa y toda la información necesaria sobre esta experiencia formativa.



**Una experiencia que va  
más allá de la adquisición  
de conocimientos,  
y que te dotará de una visión  
estratégica.**

# ¿Por qué un **MBA**?

Replanteemos la pregunta: ¿Por qué hay muchas personas que desean hacerlo, o piensan que es necesario cursarlo?. Son varias las respuestas. La primera porque, en general, lo exige la operativa de las empresas; en segundo lugar, porque cada vez es más necesaria la capacitación y el liderazgo de los mercados y, en tercer lugar, aunque no por ello menos importante, porque aporta talento y conocimiento.

Qué nos distingue:

- ◆ Una visión global de la empresa que desarrolla en profundidad las habilidades y técnicas necesarias para llevar a cabo las funciones directivas.
- ◆ Herramientas e instrumentos metodológicos innovadores y un claustro de profesores y profesoras cualificados académicamente y profesionalmente.
- ◆ Un servicio de apoyo tutorial a lo largo de todo el programa.
- ◆ En nuestro **máster** se recogen todos los aspectos clave de los programas de larga duración, así como las características propias de la formación continua. El programa contempla las diversas áreas funcionales de la empresa e introduce adaptaciones para cada organización, teniendo en cuenta el sector, la estrategia organizativa y sus fines, y todo ello con una clara orientación al mercado.

# Objetivos

Este máster proporciona a los asistentes una sólida formación en conocimientos técnicos, herramientas y habilidades para que afronten, con éxito, los retos que conlleva el desarrollo de la función directiva, por lo que este programa pretende conseguir los siguientes objetivos:

- ◆ Facilitar una sólida base de conocimientos en todos los contenidos formativos en que se sustenta la función directiva.
- ◆ Desarrollar y entrenar en las capacidades, habilidades personales y profesionales para asumir, en el futuro, el rol de la Dirección de forma eficaz.
- ◆ Potenciar en el/la participante su actitud proactiva para la toma de decisiones y el compromiso del directivo/a con su equipo y organización.
- ◆ Dotar a los asistentes de una visión integral de la empresa, dentro de un entorno de Mercado Global.

La formación se llevará a cabo en un tiempo y espacio donde el entorno colaborativo, sinérgico y dinamizador favorezca el aprendizaje.





## Dirigido a

Los participantes de un **máster** son personas proactivas, dispuestas a potenciar una carrera profesional directiva o emprendedora. Predisuestos/as a acometer la dirección de una empresa, una división dentro de la misma o un ámbito de actuación caracterizado por la toma de decisiones y el manejo de recursos en condiciones asimilables a la alta dirección.

Por todo ello y con el objetivo de conformar un grupo homogéneo de asistentes, el programa va dirigido a:

- Empresarios y empresarias establecidos en la provincia de Almería.
- Profesionales de la provincia de Almería.
- Titulados/as universitarios/as con más de tres años de experiencia profesional.





# Metodología

Los principios metodológicos desarrollados a lo largo del programa tienen como fin conseguir los objetivos anteriormente señalados: adquisición de conocimientos, desarrollo de habilidades y proactividad en la toma de decisiones. Para ello se emplearán metodologías específicas que detallamos a continuación.

## ■ Detalle de metodología

- Sesiones didácticas.
- Sesiones prácticas.
- *Role playing*.
- Trabajo en equipo.
- Discusión activa.
- Seminarios especializados/Conferencias.
- Proyecto Fin de Máster.

## ■ Tutorización del Proyecto Final

• Durante el máster se realizarán sesiones de tutorización en grupo destinadas a resolver aspectos relacionados con el Proyecto Final.

## ■ Evaluación

• El resultado de la evaluación final del máster será el resultado de la suma de todos los sistemas utilizados debidamente ponderados.

[ Casos prácticos ]

[ Exposiciones orales ]

[ Test de evaluación ]

[ Proyecto Final ]

Todas las metodologías desarrolladas durante el máster están orientadas hacia la aplicabilidad del desempeño directivo.

## DIRECCIÓN GENERAL

La dirección general asume la responsabilidad última de la empresa, así como la determinación de las estrategias de la organización, por ello necesita los conocimientos y las herramientas que le ayuden a adaptar los planteamientos estratégicos y organizativos a los constantes cambios (tecnológicos, sociales, económicos,...) que se producen en el entorno.

### OBJETIVOS.

- Conocer las herramientas de análisis estratégico más utilizadas.
- Reflexionar sobre los principales planteamientos estratégicos, tanto a nivel corporativo como competitivo.
- Ser conscientes de la importancia fundamental de la innovación para la competitividad de las organizaciones.
- Reflexionar sobre las barreras a la implantación de la estrategia, así como sobre las herramientas que pueden facilitarlas.

### • Extracto de las materias del módulo:

- Planteamiento estratégico.
- Tendencias y análisis del entorno.
- Análisis interno y autoconocimiento empresarial.
- Estrategias corporativas y competitivas.
- Estrategias basadas en la innovación.
- Implantación de la estrategia.

## DIRECCIÓN ECONÓMICO FINANCIERA

Tiene por objeto facilitar los conocimientos necesarios para analizar las repercusiones que tienen las decisiones tomadas en las otras áreas de la empresa sobre las finanzas.

### OBJETIVOS.

- Obtener una visión global de la actividad empresarial y su incidencia en las finanzas.
- Conocer la información que aportan los estados económicos y financieros del sector y de la empresa, obteniendo un valor añadido en el análisis de la información para la correcta toma de decisiones.

### • Extracto de las materias del módulo:

- Contabilidad financiera.
- Análisis de costes y las decisiones en la empresa.
- Análisis económico-financiero.
- La financiación de la empresa.
- Planificación y control.
- Influencia de las cargas fiscales en la gestión económica de la empresa.

## DIRECCIÓN DE MARKETING Y COMERCIAL

El marketing es el auténtico generador de ingresos de la empresa por lo que debe ser asumido por todos sus integrantes. La comprensión del área se debe complementar con el conocimiento de las actividades comerciales, los medios, los recursos y la planificación que estas actividades requieran.

El marketing y la comercialización no sólo son la parte visible de la empresa en el mercado, su filosofía debe estar, además, presente en la organización en aspectos tangibles de venta y comunicación.

### OBJETIVOS.

- Obtener una visión de los departamentos de marketing y comercial como filosofía empresarial.
- Identificar las interrelaciones entre el área de marketing y comercial con el resto de áreas.
- Conocer técnicas y funciones del marketing.
- Saber cómo se realiza un plan de marketing y su integración en el plan de empresa.
- Aprender a gestionar los elementos clave de la función de ventas.

#### • Extracto de las materias del módulo:

- La empresa y el marketing: el mercado y la segmentación.
- Las políticas de marketing y la investigación comercial.
- La organización comercial.
- Diseño, implantación y evaluación del plan de marketing.
- Integración de las nuevas tecnologías en el plan de marketing.

## DIRECCIÓN DE RR.HH. y ORGANIZACIÓN

La dirección de los recursos humanos cobra especial relevancia en mercados competitivos y maduros. La gestión del conocimiento, las estructuras organizativas favorecedoras de la polivalencia y el trabajo compartido, la apreciación del valor individual, la transmisión de cultura y valores de la propia organización son algunos de los elementos que la dirección debe tener en cuenta en la asunción del modelo organizativo que la empresa requiere para cumplir sus fines.

### OBJETIVOS.

- Lograr la contribución de los RR.HH., gestionados adecuadamente, como recurso orientado a la optimización de los resultados y a la rentabilidad empresarial.
- Elaborar políticas salariales adecuadas que contribuyan a la maximización de la rentabilidad empresarial.
- Diseñar planes de evaluación, formación y sucesión que nos permitan el posicionamiento y la continuidad de la organización.

#### • Extracto de las materias del módulo:

- Política de captación e integración de los RR.HH.: planes de reclutamiento, selección y retención del talento, gestión de las relaciones laborales, etc.
- Política de optimización y desarrollo de los RR.HH.: gestión por competencias, planes de motivación, evaluación y formación.
- Política de contribución: política salarial (fijo y variable), planificación de plantillas, etc.
- El plan de RR.HH.: los recursos humanos como plan estratégico y operativo dentro del proyecto empresarial.

## DIRECCIÓN DE OPERACIONES

La dirección de operaciones aparece como una parte puramente técnica y alejada de la función directiva en general, pero el desarrollo de la misma, sus técnicas y herramientas están basadas en la búsqueda de la eficacia empresarial.

### OBJETIVOS.

- Comprender la importancia y los ámbitos de actuación de la dirección de las operaciones en el conjunto de la empresa.
- Conocer los conceptos básicos asociados a la gestión de la calidad.
- Analizar la importancia de las nuevas tecnologías en la evolución de los productos.
- Presentar los principales sistemas para la gestión y el control de materiales.
- Incidir en el importante papel que juega la logística en el *Supply Chain Management*.

### • Extracto de las materias del módulo:

- Introducción a la dirección de operaciones.
- Gestión de la capacidad y planificación de las operaciones.
- *Lean Organization*.
- Logística integral.
- *Supply Chain Management*.
- Gestión de la calidad total.

## HABILIDADES DIRECTIVAS

Las habilidades directivas son parte de los instrumentos que tiene la dirección de la empresa para desarrollar su función de forma eficaz. Abarcan tanto el aspecto personal del directivo, que potencia su desarrollo en la organización, como aspectos profesionales en relación con la gestión de equipos.

### OBJETIVOS.

- Potenciar las cualidades personales y profesionales que ayuden en la toma de decisiones.
- Saber liderar y dirigir equipos de alto rendimiento.
- Empezar cambios actitudinales que mejoren las relaciones humanas.

### • Extracto de las materias del módulo:

- Liderazgo y eficacia directiva.
- La motivación del equipo.
- Análisis de situaciones y proceso de toma de decisiones.
- La negociación en el ámbito directivo.
- Comunicación interpersonal.



## SEMINARIOS / CONFERENCIAS

El conjunto de problemas y situaciones que afectan al tejido empresarial es innumerable y su tratamiento es a veces complejo, por lo que en este sentido no pretendemos pormenorizar su conocimiento, sino acercarlos a través de una visión experta de algunos de los temas de actualidad que todo directivo tiene que conocer y opinar.


Los seminarios/conferencias tratarán sobre las últimas tendencias que afectan a las empresas.

## OBJETIVOS.

- Acercar a los asistentes las grandes cuestiones del mundo empresarial.
- Analizar las perspectivas económicas.
- Entender la RSC como un factor de competitividad empresarial de integración con el entorno.
- Comprender la importancia de la integración de los avances tecnológicos en la estrategia empresarial.
- Dotar al asistente de una visión global de los mercados y como poder llevar sus productos/servicios a otros países.

## Temáticas de las conferencias:

- ENTORNO ECONÓMICO ACTUAL.
- ENTORNO TECNOLÓGICO.
- RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC).
- LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA PYME.



Puede consultar  
el programa detallado en  
[www.esic.edu/mbaalmeria](http://www.esic.edu/mbaalmeria)

Algunos miembros del Claustro de Profesores.

### Emilio del Águila Berenguel

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Valencia. MBA, ESIC. Consultor-formador del Área de Executive Education de ESIC. Gerente de Formación y Desarrollo Profesional, Cajamar.

### Julio Alegría Arce

Executive MBA, Universidad de Chicago GSB (USA). Director de Desarrollo de Grass Roots, empresa de *Performance Improvement* del grupo WPP. Profesor-consultor del área de Executive Education, ESIC. Anteriormente: Accenture, Manager en la *service line* de CRM responsable de *Loyalty Management Consulting*. RMG:CONNECT, Director de Consultoría. Empresa de marketing relacional de J. Walter Thompson. MOSAIC MARKETING, Director General. Empresa de marketing relacional, database marketing y micromarketing. Grupo Experian, entre otros.

### José María Bursón del Río

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga. Consultor-formador del área de Executive Education, ESIC. Departamento de Finanzas e Inversiones. Anteriormente: Socio-director de GESTIÓN 5.

### Jorge Carabias Palmeiro

Licenciado en Ciencias Empresariales, CUNEF. Consultor-formador de ESIC Business & Marketing School. Director Comercial, C Doble Imagen y Comunicación. Socio-Fundador de Barullo Company. Anteriormente ha desarrollado su carrera profesional en los departamentos de marketing y ventas de L'Oreal.

### Juan Carrión Maroto

Ph. D in Business Management, BIU-Universidad de California. MBA, ESIC. PDD, IESE. Máster en Filosofía, UFV. Máster en Cambio Social, ECH. *Strategic Management Research*, Universidad de Harvard. Socio-Director de Innopersonas.

### Jesús Ferradás González

Ingeniero Agrónomo y Técnico Agrícola, Universidad de Lugo. Programa de Formación Superior en Trade Marketing, CESMA. Máster en Marketing, CESMA. Presidente de OPTIMER y Consultor-formador del área de Executive Education, ESIC. Anteriormente: SAPROGAL-CONAGRA, Director de Franquicia. Gallina Blanca Purina, Director General.

### Ricardo García Lorenzo

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, UCM. Licenciado en Ciencias Actariales y Financieras, UCM. Especialización en Dirección Comercial y Marketing, UCM. PDD, IESE. *Major Business & Management, Ohio State University*. Consultor-formador del área de Executive Education, ESIC y Director General de Agrupaejido. Anteriormente: Grupo Vc. Cirsa, Director de Operaciones y Desarrollo. Grupo Deutsche Bank, Departamento de Finanzas e Inversiones.

### Javier González Galán

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Analista Económico Financiero, ESITE. Certificado como Coach por la Escuela Tavistock (Londres). Consultor-formador del área de Executive Education, ESIC. Presidente de la Asociación de Life Coaching y miembro de AECOP (Asociación Española de Coaching y Consultoría de Procesos).

### Francisco González López

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, UAM. MBA y Máster en Marketing, ESEM. Director Comercial, Swiftair. Ex-director Comercial Internacional, UPS-Supply Chain Solutions.

### Doroteo González Pastor

Licenciado en Ciencias Empresariales (especialidad Dirección Comercial y Marketing). Máster en Marketing y Comunicación, IDE - CESEM. Profesor del área de Executive Education de ESIC. Grupo Hadas, Director General. Anteriormente: NQA Global Assurance, Socio Director. INFOTELEC, Director de Marketing. MINOLTA, Delegado de ventas. CANON, Ejecutivo de Ventas.

## Antonio Iglesias López

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alcalá de Henares. Programa de Postgrado como Especialista en Logística Integral, CECE-Cámara de Comercio e Industria de Madrid. Director del Área de Consultoría Logística, AHP.

## Alfonso López Olalla

Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología, UCM. Máster en RR.HH., Cámara de Comercio de Madrid. Diplomado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Consultor-formador del área de Executive Education, ESIC. Director General, VOFORYO. Anteriormente: Director de RR.HH., CEOE. Director de RR.HH., Constructora Duarín. Jefe de RR.HH., Asistencia Urbana. Director del Máster de RR.HH. de la Cámara de Comercio de León.

## Antonio Martín la Calle

Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Máster en Administración y Dirección de Empresas, IE. Consultor-formador del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Fuentecapala, Director de Marketing. AZ España, Director de Marketing. Subastauto España, Adjunto Director Comercial.

## Ximena Medina Rodríguez

Licenciada en Derecho, Universidad Externado (Bogotá, Colombia). Máster en Economía, Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia). Especialización en Legislación Financiera, Universidad de los Andes (Bogotá, Colombia). Profesora del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: FORO 5 Consultores, Responsable de la planificación, organización y gestión financiera. Correval, Directora de Banca de Inversión. Corporación Financiera de Occidente, Vicepresidenta de Banca de Inversión.

## Javier Molina Acebo

Licenciado en Dirección y Administración de Empresas, *University of Lincolnshire & Humberside*. Licenciado en Gestión Comercial y Marketing, ESIC. Diplomado en Investigación de Mercados, AEDEMO. Consultor-formador del área de Executive Education y miembro del Consejo Asesor de la Escuela de Ventas de ESIC. Anteriormente: Broadnet, Grupo ACS, Director Comercial. Lince Telecomunicaciones, Central Sales Director. Grupo France Telecom, Jefe de Ventas. Co-Autor del libro "El Plan de Ventas", Editorial ESIC.

## Ignacio Pérez Jiménez

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, UCM. Censor Jurado de Cuentas por oposición. Consultor-formador del área de Executive Education, ESIC. Anteriormente: COMUNITEL, Country Manager. GRUPO INI, Director de Planificación, Inversiones y Control. GRUPO IBERIA, Director Financiero. EMPRESA NACIONAL BAZAN, Director de Planificación y Control. ARTHUR ANDERSEN, Auditor Senior, entre otros.

## José Luis Pérez Pla Westendorp

Ingeniero en Caminos, Canales y Puertos. Máster en Administración de Empresas. Experto en proyectos de consultoría y formación de directivos en: estrategia, marketing estratégico, marketing relacional *customer relationship management*. Consultor-Director de Tea-Cegos y Profesor del área de Executive Education, ESIC.

## Javier Rovira Ruiz

Licenciado en Derecho y Administración de Empresas, ICADE. Máster en Dirección General, IESE. Profesor de ESIC Business & Marketing School, Socio Director de Know How y creador del concepto Consumering. Anteriormente: Director General, González Byass y Neck & Neck, Director de Marketing y Desarrollo Estratégico, Pepsico y Associate Advertising Manager, P&G Reino Unido y España.

## Isabel Villares Escalona

Licenciada en Psicología Industrial, UCM. Máster en Dirección de Recursos Humanos y Organización, ESIC. Consultora-formadora del área de Executive Education de ESIC. Anteriormente: Directora de Recursos Humanos, Euromaster (Grupo Michelin). Responsable de Selección y Desarrollo, Grupo Moreno y Castro.

*Claustro sujeto a posibles modificaciones.*



Cámara de Comercio de Almería  
Avda. Cámara de Comercio s/n. Roquetas de Mar (Aguadulce)  
Tel.: 950 181 713  
[aperez@camaradealmeria.es](mailto:aperez@camaradealmeria.es)



Cámara de Comercio de Almería  
Avda. Cámara de Comercio, s/n  
04720 Roquetas de Mar - Aguadulce  
950 181 713

[www.esic.edu/mbaalmeria](http://www.esic.edu/mbaalmeria)