

MBA en Marketing y Desarrollo de Negocios

MBA en Marketing y Desarrollo de Negocios

Se parte un MBA innovador líder de América Latina

El MBA en Marketing y Desarrollo de Negocios

prepara profesionales para crear y dirigir estrategias de marketing que potencien el desarrollo del negocio y su rentabilidad. Potencia los conocimientos y habilidades para innovar, desarrollar y gerenciar estrategias de comunicaciones integradas y su aplicación comercial.

Permite desarrollar la capacidad de tomar iniciativas y habilidades interpersonales, necesarias para actuar como líder y trabajar en equipo, cualidades fundamentales para el éxito profesional de los futuros directivos.



El mejor MBA de Argentina y entre los mejores 4 de América Latina

El MBA de la Universidad de Palermo es #1 de Argentina y #4 de América Latina según el prestigioso QS Global MBA Rankings 2021 publicado en Londres.

La Facultad de Negocios de la Universidad de Palermo fue distinguida entre las mejores de América Latina en el QS MBA by Career Specialization Rankings 2021 para estudiantes de MBA interesados en desarrollar su carrera en:



Plan de estudios

El Plan de Estudios del MBA comprende: 16 cursos + 40 horas de workshops + Trabajo Final de Maestría.

Concluida la Maestría, los graduados reciben el título de Magister en Dirección de Empresas. Se otorgará un diploma adicional que certifica la orientación seleccionada. Ver más información sobre la Titulación (https://www.palermo.edu/titulaciones/titulacioneseconomicas-economicas.html)

01

Core de Management General

8 cursos comunes a todos los estudiantes.

- Fundamentos del Management
- Administración de Recursos Humanos
 - Economía y Finanzas de Empresas
 - Marketing
 - Management de la Tecnología
 - Métodos Cuantitativos Aplicados
- Contabilidad como Herramienta Gerencial

• Ética y Corporate Governance

02

Orientación en Marketing y Desarrollo de Negocios

- Estrategia y Planificación de Marketing
- Estrategia de Canales, Shopper Marketing y Punto de Venta
 - Finanzas y Operaciones de Marketing y Ventas
 - Portfolio Management y Captura de Valor

El estudiante podrá obtener esta orientación, luego de cursar y aprobar las cuatro asignaturas antes mencionadas, más dos asignaturas electivas del siguiente listado.

03

Capstone: cursos de cierre

- Estrategia Empresaria y Plan de Negocios
- Comunicaciones, Trabajo en Equipo y Liderazgo

04

Workshops

- Workshop de Metodologías Ágiles
- Workshop de Dashboard de Negocios

05

Trabajo Final de Maestría

La Maestría en Dirección de Empresas culmina con un Trabajo Final de Maestría, individual que podrá adquirir formato de proyecto, estudio de casos, ensayo o informe de trabajo de campo que permitan evidenciar la integración de aprendizajes realizados en el proceso formativo, la profundización de conocimientos en un campo profesional y el manejo de destrezas y perspectivas innovadoras en la profesión.

MBA presencial: acreditado por la CONEAU por Resolución Nº 812/11.

MBA a distancia

(https://www.palermo.odu/pogosios/mba/opline.html)

(https://www.palermo.edu/negocios/mba/online.html): autorizado por Dictamen CONEAU-24-06-2020 / Sesión N^0 526, Acta N^0 526.

^

MBA online o presencial. Vos elegís (https://www.palermo.edu/online)

Podés cursar el MBA en modalidad online, presencial o combinando ambas alternativas.

Para ello, la Universidad cuenta con la mejor tecnología en educación, profesores líderes y tutores cercanos y clases participativas diseñadas especialmente para el aprendizaje a distancia.

Elegí cuándo y dónde estudiar

Estudiá estés donde estés, aprovechando una mayor flexibilidad horaria que te permite balancear tu vida personal y tus estudios.

Profesores y Tutores

Profesores líderes en la enseñanza de su disciplina. Tutores que guían y acompañan a los estudiantes en forma personalizada.

Mejor tecnología en educación

Campus Online con la mejor tecnología en educación. Vas a poder interactuar con tus compañeros y profesores, y encontrar en un solo lugar todos los materiales, herramientas y recursos de clases.

^

01. Descripción de los cursos del Core de Management General *

Fundamentos del Management

En este curso se iniciará el estudio de la teoría de la organización, su significado y dinámica de funcionamiento. El abordaje se hará a partir del estudio de los conceptos básicos de la Administración: visión, misión y objetivos organizacionales; los procesos de decisión, influencia, ejecución y control; el planeamiento y la información gerencial; las formas de trabajo organizado, las funciones y la estructura organizacional.

Administración de Recursos Humanos

El curso parte de la consideración de que la calidad de la gestión de los Recursos Humanos puede determinar el éxito o fracaso de un proyecto, ya que estos constituyen el corazón de toda empresa. Su estudio incluye temas relativos a la administración de personal, selección, capacitación y desarrollo, motivación y counseling.

Economía y Finanzas de Empresas

Los objetivos de este curso son generar herramientas que permitan al alumno analizar y comprender apropiadamente el modo como el contexto económico influye sobre el desempeño de una empresa. Comprender los fundamentos del comportamiento económico de consumidores y empresas, y el modo como la interacción entre estos genera las fluctuaciones observadas en los mercados modernos. Elaborar criterios que permitan identificar las variables macroeconómicas más relevantes, sus determinantes y el modo como estas deben ser interpretadas en el proceso de toma de decisiones. Identificar los distintos mecanismos a través de los cuales el Estado puede influir sobre el funcionamiento de un mercado en particular o de la economía en general mediante sus instrumentos de política económica.

Marketing

El éxito de una empresa requiere del conocimiento de los deseos y necesidades de sus clientes, a efectos de poder satisfacerlos. Para ello, el Marketing brinda conceptos y herramientas acordes a este objetivo: análisis de mercados, precios, publicidad, política de productos y distribución. La materia se complementa con una orientación hacia el desarrollo e

implementación de planes y programas de Marketing necesarios para la concreción de estrategias de comercialización innovadoras.

Management de la Tecnología

La reducción de los ciclos de producción, la incorporación de nuevas herramientas de gestión fabril, la competitividad de los mercados y el desarrollo de las comunicaciones, obligan a rever las estrategias empresariales. Este curso examina el impacto del cambio tecnológico y el de las empresas emergentes en el sector de alta tecnología. Se analizarán las variables que condicionan el progreso tecnológico, la decisión de incorporación de tecnología, su impacto sobre el ser humano en el trabajo y proporciona los conocimientos necesarios para la definición de estrategias tecnológicas.

Contabilidad como Herramienta Gerencial

Con el objeto de capacitar al manager en el manejo eficiente de los fondos de la empresa, se capacita en el uso de técnicas de análisis financiero y contable.

También se instruye en el análisis de información de corto y largo plazo, su impacto en la medición del desempeño organizacional, técnicas de contabilización de costos y su impacto en la toma de decisiones. Se encarará la profundización del concepto de control, su importancia y las diversas metodologías que pueden aplicarse, incluyendo el diseño y utilización del tablero de comando.

Métodos Cuantitativos Aplicados

Transitando la era de la información se hace imprescindible contar con herramientas que nos permitan tanto discernir entre información útil e inútil, como de generar información fiable que facilite la toma de decisiones. Con esta premisa, el curso aborda los aspectos metodológicos centrales de la recopilación de datos y ofrece una serie de herramientas y técnicas estadísticas de análisis de datos descriptivos e inferenciales, uni y bivariados, como también el papel de las probabilidades en el proceso decisorio.

Ética y Corporate Governance

Este curso procura establecer el terreno de lo ético en los ámbitos empresarial y profesional, entendiendo que toda decisión empresaria está sustentada por un sistema de valores determinado, y que la elección de un curso de acción admite no sólo una, sino diferentes alternativas. Asimismo, intenta identificar la

MBA en Marketing y Desarrollo de Negocios | Facultad de Negocios | Universidad de Palermo responsabilidad del directivo en la compañía, al actuar como un puente entre sus valores personales y los de la organización.

02. Descripción de la Orientación

Marketing y Desarrollo de Negocios

Estrategia y Planificación de Marketing

El marketing se caracteriza por la naturaleza multidimensional de sus funciones así como por el creciente rol de liderazgo interno que ha adquirido en todo tipo de organizaciones dada la complejización de los mercados y la necesidad de anticipar los cambios en contextos de acelerada competencia. Para gestionarlo eficazmente debemos ser capaces de aplicar diversos modelos y frameworks analíticos que nos permitan diagnosticar acertadamente y desarrollar las estrategias y acciones tácticas que maximicen las chances de éxito en los negocios. El curso presenta un enfoque basado en el proceso de dirección, profundizando el conocimiento de los aspectos claves de la gestión de marketing principalmente: el análisis correcto del mercado, la elección correcta del público objetivo, la definición de la estrategia competitiva más adecuada al contexto y recursos propios, la construcción del capital marcario y la propuesta de valor, y la implementación coordinada de los elementos componentes del marketing mix. La materia propone una aplicación intensiva del método de casos. Esta metodología de enseñanza-aprendizaje favorecerá la interrelación de los contenidos y será enriquecida con la participación activa de los alumnos a través de opiniones propias y experiencias personales. Al finalizar el curso los participantes contarán con los conocimientos necesarios para interpretar diferentes situaciones de negocio y diseñar estrategias y acciones de marketing especialmente ajustadas a las condiciones del mercado en el que se desempeñen.

Estrategia de Canales, Shopper Marketing y Punto de Venta

El objetivo principal de la materia es comprender la estrategia de canales como un todo, a nivel 360, en su versión Off line y On line. Concepto de Omnicanalidad. Entender cuestiones relevantes en las decisiones de selección de canales, intermediarios, contribución,

^{*} Determinados cursos del Core pueden ser reemplazados de manera excepcional, por materias electivas según la evaluación del Director Académico MBA, en base a la experiencia académica previa del alumno.

conflicto y otros. Comprender la creación de valor a través del canal y formas de mejora o cambio. Poder implementar la estrategia a partir del desarrollo de un plan táctico asociado al retorno de la inversion. Algunos de los temas que serán abordados son: Estrategia de acceso a mercados y evaluación de canales según aspectos relevantes. Generación de valor a través de canales, conflictos e integración. El Punto de venta físico y Online. Estrategia de canales 360 (exhibición y experiencia, entrenamiento y fidelización, promociones). La Omnicanalidad. El shopper Journey. Category Segmentation. Canales B to B, fuerza de ventas, perfiles, motivación, sistemas de remuneración y la adecuación en tiempos de omnicanalidad. Para esto, los conceptos teóricos serán acompañados por casos prácticos que permitan relacionar los distintos temas planteados con situaciones en empresas reales.

Finanzas y Operaciones de Marketing y Ventas

El objetivo de la materia es desarrollar habilidades para interactuar con el Management de Ventas, Marketing, Operaciones y Finanzas utilizando métricas e indicadores claves. Aplicar herramientas numéricas de gestión a los distintos aspectos de Marketing y Ventas: Marketing y el Negocio, aspectos financieros, canales, ejecución en el mercado, marca y posicionamiento, productos, suministro. Precios y promociones, clientes, planes y ciclo de vida. Inversión en comunicación.

Portfolio Management y Captura de Valor

El objetivo de la materia es comprender la importancia de la fijación estratégica de precios y su evaluación continua en función del portfolio de negocios que maneja la organización y los objetivos de ésta. Comprender el rol que desempeña el valor en las decisiones de compra de los consumidores y familiarizarse con algunas formas y técnicas que utilizan las corporaciones para medir y capturar el valor del cliente. El entendimiento del mercado y la forma en la que las compañías definen sus propuestas de valor constituyen los pilares de sostenibilidad del crecimiento de un negocio en el mediano y largo plazo. La creación de productos y servicios y la gestión de las estrategias de precios y monetización que son los ejes centrales de cómo la propuesta de valor de una organización se lleva al mercado. Gestionar cada producto teniendo en cuenta el portafolio completo de la organización es crítico para asegurar un manejo eficiente de las distintas líneas de ingresos y permitirá a las organizaciones capturar una mayor parte del valor del mercado.

MBA en Marketing y Desarrollo de Negocios | Facultad de Negocios | Universidad de Palermo El estudiante podrá obtener la orientación en Marketing y Desarrollo de Negocios, luego de cursar y aprobar las cuatro asignaturas antes mencionadas, más dos asignaturas electivas del siguiente listado:

Business Intelligence & Analytics

El objetivo principal de la materia se enfoca en proveer a los alumnos las herramientas necesarias para abordar situaciones o problemáticas que requieran la necesidad de interpretar, analizar y argumentar con datos. Entender las particularidades de la cultura de Data Literacy en las organizaciones, comprender los conceptos asociados a los datos; su almacenamiento, características, arquitecturas y las generalidades de lo que se conoce como Big Data. Aplicar conocimientos estadísticos en el ámbito del análisis de datos para la toma de decisiones. Conocer y aplicar buenas prácticas de visualización de datos y conceptos de Data Storytelling. Estudiar casos de uso reales dentro del marco de soluciones analíticas corporativas y entender los conceptos de machine learning como incursión en la analítica predictiva.

Data Science & Inteligencia Artificial Aplicados a Modelos de Negocios

Los objetivos de esta materia son; comprender las funcionalidades de las disciplinas de Data Science & Inteligencia Artificial en las organizaciones. Conocer los perfiles de talentos involucrados en estas disciplinas. Seleccionar, desarrollar y liderar un equipo multidisciplinario para la implementación de dichas disciplinas. Entender el flujo de los datos desde su generación hasta su explotación en diversas aplicaciones. Conocer las principales aplicaciones y limitaciones de machine learning, deep learning, y sus respectivos algoritmos. Generar pensamiento crítico alrededor de las tecnologías de Data Science & Inteligencia Artificial, y su impacto en diversas áreas de conocimiento y áreas de negocio. Vincular los modelos de negocio con las funcionalidades de estas tecnologías disponibles. Marc Andreessen dijo en 2011 "El Software se está comiendo al mundo". Diez años después, los algoritmos manejan una buena parte de nuestras vidas: las noticias que leemos, las películas que miramos, los objetos que compramos, los posteos que vemos en nuestros feeds de redes sociales. Todo el mundo está hablando sobre Inteligencia Artificial, pero pocos entienden sobre el rol que juegan en las organizaciones exitosas. Esta materia es para aquellos profesionales que deseen entender de qué se trata la ciencia de datos, y formar y liderar equipos para la implementación de estas disciplinas.

Disrupción Digital en las Organizaciones

El objetivo de la materia es estudiar el valor de las tecnologías disruptivas y su impacto en las organizaciones, a través de una adecuada identificación de sus modelos de negocios y propuestas de valor. Comprender distintas estrategias digitales aplicadas a diversas industrias y su impacto sobre los incumbentes. Entender el rol que juegan las plataformas como modelo de negocio en el nuevo ecosistema digital moderno, y el papel de las super-apps. Se estudiará la innovación disruptiva en distintas industrias y momentos, mediante el repaso del Dilema del Innovador, y debate sobre casos. Se analizará el mismo con casos relacionados al grupo GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft), así como redes sociales en general. Se pondrá el foco en la comprensión de las estrategias así como en detectar los generadores de valor en la industria tecnológica, y su impacto en las empresas y medios tradicionales. Importancia de venta de productos o servicios versus creación de plataformas de negocios.

Riesgo y Rentabilidad en Inversiones Financieras y Reales

Todos los días tomamos decisiones de inversión v muchas veces estas decisiones se basan en instintos o en variables no financieras de un negocio. Entender el aspecto financiero de cada decisión puede cambiar los márgenes de rentabilidad por completo. El objetivo de la materia es presentar un modelo conceptual que ayude a identificar, caracterizar y cuantificar los riesgos de los distintos tipos de inversiones. Se discutirá un modelo de decisión que permita analizar la conveniencia de asumirlos o eliminarlos total o parcialmente y se analizarán las herramientas de cobertura considerando las ventajas y desventajas de cada una. Para esto, los conceptos teóricos serán acompañados por casos prácticos que permitan relacionar los distintos temas planteados con situaciones en empresas reales.

Estrategias y Negocios Digitales

Existen nuevos modelos de negocios basados en tecnología y esto se da cuando la concepción de esos modelos lleva un ADN digital. Para sacar el mayor provecho de las nuevas tecnologías, es necesario entender cómo nacen, se comportan e impactan en los negocios las diferentes variables que las componen. El objetivo de esta materia es conocer y aprehender los métodos de Emprendedorismo para ideación y descubrimiento de Productos digitales. Comprender los aspectos claves de los negocios digitales, con foco en la

MBA en Marketing y Desarrollo de Negocios | Facultad de Negocios | Universidad de Palermo economía de eCommerce /Marketplace y dominar el lanzamiento de un producto digital bajo el modelo Lean Startup.

Entornos Digitales, Mobile e Innovación en Medios

Los medios y los distintos formatos de comunicación se multiplican exponencialmente cada día. El conocimiento de las posibilidades que brinda cada uno, como así también la integración en su estrategia, son claves para potenciar el éxito de las comunicaciones. El objetivo de esta materia es sumergirse y navegar en la Era Digital y sus implicancias e innovaciones en el mundo de los negocios actuales. Obtener las herramientas necesarias para poder elaborar una estrategia y plan de medios digital para distintos negocios. Entender los distintos objetivos de negocio que apalanca cada medio digital y poder recomendar los medios más adecuados según los objetivos.

Finanzas de Start Up y Valuación de Proyectos

Cada startup o proyecto que se inicia tiene a las finanzas como un eje central en dos momentos. Los distintos hitos iniciales que le permitirán conseguir financiamiento para continuar construyendo el negocio y a su vez poder definir cuál es el valor que un startup tiene en el mercado para los distintos actores. En ambos casos una mirada que combine aspectos financieros y de negocio permitirá a los responsables del proyecto poder entender cómo gestionar inversiones y riesgos. El objetivo de esta materia es adquirir habilidades para valuar Start ups y proyectos de negocios. Analizar alternativas de financiación y su impacto en el desarrollo del negocio. Dar aplicación práctica a dichos conceptos y técnicas.

Lean Operations y Desarrollo de Productos Digitales

Los negocios digitales muestran una clara diferencia en muchas de las áreas internas de la cadena de valor. Tanto la digitalización de infraestructuras como la creación de nuevos procesos gestados con un pensamiento digital requieren de un pensamiento estratégico diferente de los negocios tradicionales. El objetivo de esta materia es comprender los elementos y procesos de la operación Lean y las metodología ágiles que permiten el management de las mismas. Así como los diferentes productos que abundan en el ecosistema digital. Ser capaces de desarrollar una idea de producto, y comprender las mejores metodologías que les permitirán llevarlo a cabo.

La Universidad se reserva el derecho de modificar la oferta de materias y orientaciones.

03. Descripción de los cursos de cierre o Capstone

Estrategia Empresaria y Plan de Negocios

La definición de estrategias corresponde a la función de dirección de una empresa y, por lo tanto, el manager debe contar con sólidos conocimientos acerca de cómo diseñarlas y llevarlas a cabo. En esta materia se estudiarán los procesos de dirección estratégica y las metodologías de análisis competitivo junto con su aplicación en el diseño y puesta en marcha de un plan de negocios. Se analizará la relación entre la visión, los escenarios, la misión de la organización y la estrategia.

Comunicaciones, Trabajo en Equipo y Liderazgo

El conocimiento de las fuentes de poder e influencia, el estudio del comportamiento y efectividad de los líderes, sus habilidades y facultades, serán parte del alcance de esta materia, la cual intenta a partir de análisis teóricos y de experiencias prácticas, desarrollar capacidades de liderazgo y de trabajo en equipo en los participantes.

04. Workshops

La cursada incluye **2 workshops de habilidades de management** (40 horas en total) y seminarios de desarrollo con profesionales.

Workshop Metodologías Agiles

El objetivo del workshop es incorporar aspectos claves de las metodologías ágiles en el día a día de los proyectos de una organización, en tus proyectos o negocios.

Workshop de Dashboard

El objetivo del workshop es que los participantes se organicen de acuerdo a unidades de análisis en común a fin de poder diseñar y aplicar el proceso de armado del Dashboard, con la finalidad de conocer su importancia como herramienta de gestión. Busca desarrollar un sistema de indicadores que permita gestionar la estrategia y crear los indicadores de tu propio sector.

^

05. Trabajo Final de Maestría

La Maestría en Dirección de Empresas culmina con un Trabajo Final de Maestría, individual que podrá adquirir formato de proyecto, estudio de casos, ensayo o informe de trabajo de campo, que permitan evidenciar la integración de aprendizajes realizados en el proceso formativo, la profundización de conocimientos en un campo profesional y el manejo de destrezas y perspectivas innovadoras en la profesión.



Taller de Trabajo Final de Maestría

El objetivo de la materia es dar a conocer las opciones de temas existentes para un trabajo de integración final o tesis. Proponer principios para lograr que el trabajo resulte completo y pertinente. Mostrar qué contenidos son relevantes. Brindar pautas para el manejo de agenda. Brindar pautas para que cada estudiante pueda decidir cuál es el tema más conveniente según sus intereses, cercanía y recursos. También busca fomentar el pensamiento crítico y la reflexión.

Seguinos en las redes (https://www.palermo.edu/la_universidad/redessociales.html)





(t曲pe)//www.linkedin.com/school/universi(that)es://www.tiktok.com/@unide-palermo/)



INFORMES E INSCRIPCIÓN

Av. Córdoba 3501, Buenos Aires, Argentina

(5411)-4964-4600

☐ informes@palermo.edu (mailto:informes@palermo.edu)

S UP en Skype (skype:inscripcion.palermo?call)

MBA en Marketing y Desarrollo de Negocios | Facultad de Negocios | Universidad de Palermo

(S) Whatsapp +54 9 11 21635008

(https://api.whatsapp.com/send?

 $phone = 5491121635008 \\ \&text = Hola\%20 \\ Universidad\%20 \\ de\%20 \\ Palermo!\%20 \\ Quisiera\%20 \\ consultarles\%20 \\ sobre)$

SOLICITAR INFORMACIÓN

Elegí modalidad	
MBA - Maestría en Dirección de Empresas	
*Nombre	
*Apellido	
*Nacionalidad	
*E-Mail	
*País *Teléfono celular	
OUIERO MÁS INFORMACIÓN	

© UNIVERSIDAD DE PALERMO | FACULTAD DE NEGOCIOS



Prohibida la reproducción total o parcial de imágenes y textos. Términos y condiciones. (https://www.palermo.edu/terminoscondiciones.html)

(http://qr.afip.gob.ar/?

 $\label{eq:qr=ytPz5_bound} $$qr=ytPz5_bounder{\cite{privacidad}}$ $$ different Abounder{\cite{privacidad}}. $$ for the privacidad $$ (https://www.palermo.edu/politica-de-privacidad.html) $$$