

# Plan de Estudio

**Maestría en  
Administración de  
Negocios con mención en  
Finanzas  
Corporativas  
Internacionales**

## Programas de Maestría

### 1. Maestría en Administración de Negocios con mención en Finanzas Corporativas Internacionales (+) (\*) (\*\*)

La Maestría en Administración de Negocios con mención en Finanzas Corporativas Internacionales en su modalidad a distancia se desarrolla a través del siguiente plan de estudios.

A continuación, se presentan las referencias correspondientes a las tablas que se expondrán más abajo:

HT: Horas teóricas

HP: Horas prácticas

CR: Créditos curriculares

Horas Curriculares: 768

CRX: Créditos extracurriculares

CRC: Créditos cocurriculares

(+) Maestría de especialización

(\*) Campo del Conocimiento UNESCO: 04 Administración de empresas y derecho

(\*\*) Campo de Investigación OCDE: 5.00.00 Ciencias Sociales

(\*\*\*) Créditos complementarios que no condicionan la emisión del grado, ni modifican la denominación del grado oficial.

**Asignaturas con créditos obligatorios:** 101, 102, 103, 104, 105, 201, 202, 203, 204 y 205

**Asignaturas con créditos académicos complementarios:** 207

**Asignaturas con créditos complementarios no obligatorios:** 301, 302 y 303

Código	Asignatura	HT	HP	CR
101 – MAN-FC	Dirección Estratégica	80	0	5
102 – MAN-FC	Dirección Estratégica del Capital Humano	80	0	5
103 – MAN-FC	Dirección Estratégica del Marketing	80	0	5
104 – MAN-FC	Dirección Estratégica de las Operaciones	80	0	5
105 – MAN-FC	Metodología de la Investigación I	64	0	4
201 – MAN-FC	Dirección de la Innovación	80	0	5
202 – MAN-FC	Finanzas en un Entorno Digital	80	0	5
203 – MAN-FC	Contabilidad Gerencial	80	0	5
204 – MAN-FC	Transformación digital y organizaciones exponenciales	80	0	5
205 – MAN-FC	Metodología de la Investigación II	64	0	4

Total de horas y créditos académicos de HT: 768

Total de horas y créditos académicos de CR: 48

La presente Maestría en Administración de Negocios brinda 1 mención la cual es desarrollada con 2 créditos adicionales respectivamente, dichos créditos condicionan la emisión del grado con mención:

### **Maestría en Administración de Negocios con mención en Finanzas Corporativas Internacionales**

<b>Cod.</b>	<b>Asignatura</b>	<b>HT</b>	<b>CR</b>
104 – MAN-FC	Dirección Estratégica de las Operaciones		
202 – MAN-FC	Finanzas en un Entorno Digital		
207 – MAN-FC	Finanzas Corporativas Internacionales	32	2

Total de horas y créditos académicos de HT: 32

Total de horas y créditos académicos de CR: 2

Adicionalmente al programa de estudios oficial, de forma complementaria la Escuela de Posgrado Newman brinda la oportunidad a sus estudiantes de ampliar sus conocimientos y profundizar en temáticas de interés relacionadas a su especialidad, con la finalidad de potenciar y cumplir con el perfil del egresado deseado y a su vez aporte valor a su desarrollo profesional por medio de competencias específicas. Se debe considerar que, estos créditos complementarios no condicionan la emisión del grado, ni incorporan alguna denominación o mención adicional a la que tiene aprobada la Escuela:

### **Créditos complementarios**

<b>N°</b>	<b>Curso de Especialización en Metodologías Ágiles</b>	<b>HT</b>	<b>HP</b>	<b>CR</b>	<b>CRX</b>	<b>CRC</b>
301	Design Thinking	64				4
302	Estrategia Lean	64				4
303	Scrum	64				4

Total de horas y créditos académicos de HT: 192

Total de horas y créditos académicos de CRC: 12

## **1.1. Sumillas del Plan de Estudio**

### **Código 101 – MAN-FC Dirección Estratégica**

El objetivo principal de esta asignatura es que el alumno comprenda la importancia de que las empresas tengan una estrategia definida, explicitada, comunicada y la relación entre la estrategia con la dirección general de la empresa y con la dirección operativa o de áreas funcionales. Se estudiarán varias herramientas de planificación estratégica para que el alumno sea capaz de seleccionar las más adecuadas a cada caso, entorno y situación empresarial, que sepa aplicarlas y formular estrategias empresariales tras el uso simultáneo de varias herramientas de planificación estratégica. Se destacará la importancia de relacionar la estrategia de la empresa con el entorno económico, tecnológico y global y sus cambios y la importancia para los gestores de empresas de

predecir cuáles son variables exógenas que más impactarán en su empresa y, en función de la evolución de dichas variables, ajustar su gestión e incluso modificar su estrategia.

### **Código 102 – MAN-FC** **Dirección Estratégica del Capital Humano**

En esta asignatura se estudiará cómo gestionar el talento de las personas y cómo valorarlo como un elemento diferenciador, creador de motivación, de cultura empresarial y social. Debido a que estamos en la era del cambio por la globalización y la transformación digital, la gestión de los recursos humanos se está configurando como el factor clave de diferenciación en la estrategia competitiva de las empresas. Por ello, se profundizará en cómo gestionar el cambio y cómo realizar una gestión del conocimiento adecuada que son los dos grandes retos a los que se enfrenta la empresa actual. También se establecerán las habilidades claves para poder implantar adecuadamente los conceptos anteriores relacionados con el ciclo de vida del empleado, la gestión del cambio y del conocimiento. Es fundamental saber cómo influir en las personas para poder gestionar adecuadamente el talento. Se propondrán herramientas prácticas y útiles para liderar a las personas y que aprendan a gestionar conflictos.

### **Código 103 – MAN-FC** **Dirección Estratégica del Marketing**

Se persigue acercar la realidad del marketing en un contexto de cambios continuos, sentando las bases para la solución creativa y toma de decisiones innovadoras en marketing. Se introduce a los estudiantes en la dirección de marketing y en la inteligencia competitiva en marketing a través de los sistemas de información para la gestión comercial. Además, se explican las técnicas de obtención y análisis de la información como apoyo principal para la toma de decisiones de marketing, de manera que se pueda optimizar la gestión del marketing relacional y las decisiones sobre las estrategias de segmentación y posicionamiento. Esta orientación al mercado basada en la inteligencia competitiva da sentido coherente a las acciones de marketing operativo para obtener ventajas competitivas. Finalmente, desde una visión de marketing global, se incidirá en una combinación adecuada de herramientas offline y online para diseñar un plan de marketing integrado, donde todas las decisiones que se adopten en el contexto de la empresa deben considerar la incidencia que Internet y las herramientas digitales tienen sobre el consumidor.

### **Código 104 – MAN-FC** **Dirección Estratégica de las Operaciones**

Se adquieren los conocimientos y habilidades necesarias para dirigir las operaciones y logísticas del negocio a través de la gestión de todos los procesos involucrados dentro de la organización, desarrollando conceptos, herramientas, técnicas y metodologías para una gestión sobresaliente. Además, se desarrolla en profundidad la visión estratégica de la planificación de la cadena de suministros, utilizando instrumentos para su gestión y conociendo su impacto en los resultados dentro del negocio. En general, se pretende que el alumno tenga una visión crítica sobre la problemática de la dirección de operaciones y logística en el ámbito estratégico de la organización, así como dotarle de las técnicas, herramientas y metodologías más adecuadas para la resolución de problemas en este ámbito de decisión.

### **Código 105 – MAN-FC** **Metodología de la Investigación I**

La asignatura tiene como propósito fortalecer en los estudiantes las competencias sobre métodos y técnicas de investigación a través de los siguientes contenidos académicos: el trabajo de investigación, modalidades de trabajo de investigación, estructura del trabajo de investigación estructura del plan, el título del tema y el planteamiento del problema.

### **Código 201 – MAN-FC** **Dirección de la Innovación**

La finalidad de la asignatura es dotar al alumno de las habilidades y competencias necesarias para liderar el cambio hacia una cultura innovadora, en las organizaciones, como factor clave en el diseño de estrategias empresariales que conduzcan al éxito y al desarrollo de la empresa. A lo largo de la asignatura se estudiará cómo generar entornos innovadores dentro de las organizaciones y cómo la innovación se traduce en una transformación tanto organizativa como en la visión y misión de la empresa, es decir, implica un cambio en el modo de hacer las cosas, que requerirá una reorganización de los recursos tanto humanos como económicos de la empresa, lo que dará lugar a nuevas estrategias que modifiquen las reglas del juego tradicionales para mejorar la posición competitiva de las empresas en un mundo globalizado.

### **Código 202 – MAN-FC** **Finanzas en un entorno digital**

Esta asignatura pretende dotar al alumno de una visión estratégica amplia y global de la dirección financiera de la empresa y relacionarla con el actual entorno digital en el que se desenvuelve. A través de los contenidos teórico-prácticos se pretende proporcionar al alumno los conceptos, teorías, técnicas y métodos más avanzados de finanzas y planificación financiera, que le capacite para dar respuesta a los problemas económico-financieros de la empresa actual. La estructura fundamental de la materia se enmarca en la gestión estratégica empresarial y la dirección financiera, estudiando en primer lugar la relación entre ambas. El plan financiero viene a ser la síntesis de todo este proceso de inversión y financiación, cuantificando el plan estratégico de la empresa. En todo este contexto cobra especial interés el Fintech y las implicaciones que tiene para la empresa actual.

### **Código 203 – MAN-FC** **Contabilidad Gerencial**

El control de gestión y presupuestario cada vez es más relevantes para cualquier empresa inmersa en el entramado y complejo entorno competitivo, donde calidad y coste son dos caras de una misma moneda. Se imparte esta materia transmitiendo el mensaje de que la contabilidad de costes y de gestión debe ser un instrumento para el control de gestión y soporte para la toma de decisiones, teniendo que estar disponible en el menor tiempo posible. Se incidirá también en el control presupuestario. A partir de las realizaciones que se van produciendo, los gestores se cuestionan continuamente sobre sus expectativas más realistas en cuanto al cumplimiento de las metas marcadas. El futuro siempre es incierto, pero, quién mejor que los expertos para prever resultados y necesidades. Y quién mejor que éstos para realizar análisis comparativos, estudiarlos y sacar consecuencias prácticas.

### **Código 204 – MAN-FC** **Transformación digital y organizaciones exponenciales**

Esta materia proporcionará de una manera práctica los conocimientos necesarios para que el estudiante sea capaz de diseñar una transformación digital en una empresa. De

esta manera se profundiza en la puesta en práctica de los nuevos modelos de gestión basados en la innovación, que ayuden a las organizaciones a afrontar los retos y desafíos resultantes de la incertidumbre cada vez mayor existente en el entorno socioeconómico en el que desarrollan su actividad.

### **Código 205 – MAN-FC** **Metodología de la Investigación II**

La asignatura tiene como propósito desarrollar en los maestrantes competencias cognitivas que le permitan conocer y dominar el proceso de la investigación científica en su enfoque cualitativo, cuantitativo y mixto. Se revisa el método para que los alumnos puedan formular un problema de investigación, construir las hipótesis y objetivos, así como plantear la justificación que permita validar el desarrollo de la labor investigativa

## **Sumilla de la asignatura de complementación académica**

### **1.2. Sumillas de la mención en Finanzas Corporativas Internacionales**

#### **Código 207 – MAN-FC** **Finanzas Corporativas Internacionales**

Al término de esta asignatura, el estudiante comprenderá los pilares de la gestión de riesgos mediante el análisis cuantitativo de riesgos e inversiones. Aprenderá a abordar las claves de la cultura financiera general en un entorno digital, así como a analizar casos de bancos y aseguradoras globalizadas, profundizando en las estrategias de gestión de riesgos de empresas concretas.

### **1.3. Sumillas de Metodologías Ágiles**

#### **Código 301** **Design Thinking**

La asignatura desarrolla conceptos básicos de design thinking, el pensamiento de diseño y los ámbitos a los que se aplica, requisitos previos que se deben cumplir, los procesos para la implementación de esta metodología, etapas del pensamiento de diseño.

#### **Código 302** **Estrategia Lean**

El participante se familiariza con las metodologías ágiles, conoce conceptos y herramientas del pensamiento ágil que permitan el éxito en la mejora de procesos o la creación de negocios con una mayor velocidad y eficiencia, considerando el ahorro de tiempo y costos, y alcanzando la satisfacción del cliente.

#### **Código 303** **Scrum**

El participante desarrolla este sistema de trabajo que permite realizar el doble trabajo en la mitad de tiempo. Comprende los aspectos a tener en consideración para la reducción del papeleo, la burocracia y la jerarquización en las empresas y los proyectos, y apuesta por las prácticas colaborativas para generar involucramiento en las actividades que se realizan, trabajo rápido y el alcance de los objetivos trazados.

### **1.4. Perfil del Ingresante**

El perfil que la Escuela desea en sus estudiantes es el siguiente:

#### **1.4.1. Conocimientos sobre**

- El mundo de la empresa y las nuevas tecnologías.
- Gestión de personas y del talento.
- Gestión de la innovación como fuente de ventajas competitivas.
- La globalización y el impacto en los mercados.
- Gestión de proyectos.
- Marketing.
- Análisis financiero.
- Dirección estratégica.
- Sistemas de información y control de los negocios.

#### **1.4.2. Habilidades**

- Trabajar de forma autónoma, individual y colectiva.
- Manejar de forma correcta las nuevas tecnologías.
- Analizar los problemas de manera integral.
- Tomar decisiones en el ámbito empresarial.

#### **1.4.3. Actitudes**

- Curiosidad y búsqueda de soluciones creativas.
- Creatividad, superación, autocrítica y responsabilidad.
- Investigación, iniciativa, liderazgo, negociación y trabajo en equipo.

### **1.5. Objetivo general del programa**

Preparar directivos y consultores con mentalidad estratégica, capacidad de liderazgo y de emprendimiento para que impulsen el desarrollo de nuevas organizaciones encaminadas a las soluciones de problemas económicos y sociales.

### **1.6. Objetivos específicos de formación**

- Formar directivos y consultores de alto nivel, capaces de analizar el desarrollo y funcionamiento de los modelos administrativos contemporáneos.
- Ofrecer a los estudiantes la posibilidad de profundizar en áreas de la teoría de la gestión que son prioritarias para el desarrollo del país, de la propia disciplina y de la capacidad administrativa de las organizaciones.
- Desarrollar competencias en investigación, fortalecimiento de capacidades investigativas y aplicación del conocimiento asociado a las ciencias de la gestión.

### **1.7. Objetivos específicos de formación de la mención**

- Que el alumno sea capaz de analizar información contable y financiera para facilitar a la dirección general la toma de decisiones, y la adaptación a situaciones futuras de la empresa.
- Que el alumno esté preparado para analizar los diferentes procesos del Cash Management, para la optimización de los recursos financieros y garantizar la liquidez de la compañía.

### **1.8. Perfil del Egresado**

El perfil que deben lograr los egresados es el siguiente:

### 1.8.1. Conocimientos sobre

- Herramientas de análisis estratégico con el fin de adoptar las estrategias necesarias para obtener ventajas competitivas antes los desafíos de la economía actual.
- La relación existente entre los objetivos empresariales y la estrategia de la empresa.
- Técnicas de seguimiento y desviación de objetivos empresariales.
- El uso eficiente en la gestión de los Sistemas de Información para la toma de decisión.
- Los elementos diferenciales en la gestión de empresas cuyo campo de actuación es rápidamente cambiante como consecuencia de cambios tecnológicos.
- Estrategia de innovación de una empresa y las capacidades para desarrollar en una organización todas las actividades que intervienen en la gestión de la innovación.
- Las ventajas competitivas temporales vinculadas a los ecosistemas de innovación.
- Gestión de personas y del talento.
- El objetivo del marketing en las organizaciones y el comportamiento del consumidor y ser capaces de formular planes integrales de marketing.
- Las ventajas, desventajas y limitaciones de los sistemas de información para el soporte y control de procesos.
- La forma en que se interrelacionan las áreas de una empresa.
- El impacto de las Tecnologías de Información y Comunicaciones en la gestión empresarial y en la competitividad de la empresa.
- Las aplicaciones y limitantes de los sistemas de información empresarial y su impacto la toma de decisiones, competitividad y en la rapidez de reacción.
- Las estrategias para cuantificar el impacto de las decisiones tomadas respecto a las cuatro variables del marketing mix sobre distintas variables empresariales como ingresos, cuenta de resultados, cuota mercado, canal, posicionamiento empresa y producto para valorar las alternativas de gestión y estrategias de marketing mix.
- Gestión de relaciones con los clientes.
- Las herramientas que se utilizan en la planificación de mercados /productos.
- Herramientas para el control de costes y presupuestario.
- Decisiones de inversión y financiación en el marco estratégico de la empresa.
- La importancia de la logística y de la gestión de la cadena de suministro en el ámbito de las operaciones para la consecución de los objetivos de calidad, coste y servicio.
- Las herramientas que se utilizan en el diseño de las operaciones para la toma de decisiones sobre la localización, los procesos, la capacidad y la calidad.

### 1.8.2. Habilidades

- Formular e implementar estrategias corporativas a nivel directivo de acuerdo con objetivos y especificaciones.
- Manejar eficientemente indicadores de gestión para tomar decisiones empresariales en función de estos.
- Mejorar procesos empresariales.
- Realizar análisis de mercados sectoriales.
- Buscar y sistematizar información proveniente de diversas fuentes, interpretar los resultados obtenidos y elaborar informes comerciales y planes de marketing.
- Tomar decisiones empresariales en función de la información financiera.
- Comprender y saber utilizar las técnicas de marketing digital o e-marketing y los nuevos canales de acceso al consumidor en la Sociedad en Red.
- Relacionar la toma de decisiones de gestión empresarial con los cambios macroeconómicos.
- Utilizar las técnicas de negociación y liderazgo para dirigir equipos de personas con el fin de alcanzar objetivos empresariales específicos que le hayan sido delegados.
- Emplear 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.

- Implementar técnicas en dirección de equipos al servicio del cumplimiento de objetivos empresariales concretos y de técnicas de negociación.
- Desarrollar y mantener el talento humano en la organización, analizando los instrumentos y los procedimientos claves en la gestión de recursos humanos.
- Evaluar, diseñar e implementar estrategias para la gestión de equipos humanos para la innovación y para la gestión de cambio continuado.

### **1.8.3. Actitudes**

- Desarrollar su trabajo con plena conciencia de cumplimiento del deber y de excelencia en su desempeño.
- Realizar acciones éticas propias de un buen administrador logrando la comprensión racional de principios éticos y su correcto empleo en su ejercicio profesional.
- Equilibrar el clima organizacional en la empresa.
- Solidarizarse y tener interés y colaboración con las personas bajo su cargo.
- Brindar servicio en las actividades profesionales que desempeñe en beneficio personal y del bien común.
- Conducirse permanentemente bajo el principio de respeto de los derechos humanos.
- Aportar compromiso ético y de responsabilidad social a la gestión empresarial.
- Aplicar el concepto de responsabilidad social corporativa.
- Desempeñarse de manera profesional en organizaciones con diversidad cultural.

## **1.9. Ampliación del Perfil de Egresado**

Para la Maestría en Administración de Negocios con mención en Finanzas Corporativas Internacionales:

### **1.9.1. Conocimientos sobre**

- El campo de la gestión y dirección de las empresas.
- Visión global e integradora de los elementos de la empresa (organización, contabilidad, finanzas, marketing y otros aspectos necesarios y paralelos a una gestión de éxito).
- Cómo obtener el máximo rendimiento de los bienes de su compañía y a conocer el funcionamiento de los mercados globales.

### **1.9.2. Habilidad**

- El egresado será capaz de tomar las mejores decisiones para gestionar activos, analizar inversiones, captar fondos o repartir dividendos.

### **1.9.3. Actitud**

- El egresado tendrá una actitud suficiente abierta, observadora y analítica que le permita aportar valor en su relación con los distintos departamentos del negocio: dirección general, marketing, dirección comercial, finanzas, operaciones o recursos humanos.

## **1.10. Perfil Docente:**

Los docentes deben contar con el siguiente perfil:

- Poseer grado de maestro y/o doctor.
- Formación relacionada al programa.
- Experiencia docente y/o profesional en la materia a desarrollar.

## **1.11. Grado que se obtiene:**

Al finalizar los estudios el estudiante podrá optar el grado de **Maestro en Administración de Negocios con mención en Finanzas Corporativas Internacionales.**



**Newman**  
Escuela de Posgrado

