

Executive **MBA**

Máster en Dirección y Administración de Empresas



INDICE

- 1 Unas palabras de los directores del Programa
- 2 El Executive MBA
- 4 Los beneficios del EMBA para la empresa
- 6 Los beneficios del EMBA para el participante
- 8 Curriculum del Programa
- 15 Calendario
- 16 Participantes de la promoción 2002-2003
- 18 Profesorado y Metodología
- 22 ESADE
- 23 Servicios de ESADE
- 24 La Asociación de Antiguos Alumnos
- 26 Admisión del Executive MBA



Jaime Hugas

Director de los Programas MBA de ESADE



Guillermo Cisneros

Director Ejecutivo de ESADE en Madrid

El Executive MBA (EMBA) es un Máster de ESADE centrado en el joven ejecutivo de empresa que aspira a ocupar puestos de alta responsabilidad en su organización. Está diseñado con formato fin de semana y un año y medio de duración para que se pueda compatibilizar con la carrera directiva del participante, quien deberá contar con el apoyo de su empresa.

Un compromiso empresa-participante, complemento idóneo al Programa de formación de las empresas asociadas, ya que permite a los participantes crecer como directivos durante el transcurso del programa, y a las empresas preparar directivos seniors a partir de jóvenes profesionales con alto potencial de futuro que cuentan con experiencia relevante en management.

Una visión integrada de la dirección general, ya que el Executive MBA tiene un enfoque integrado e internacional de las funciones y procesos, y por lo tanto una concepción global de la empresa desde el punto de vista de Alta dirección, mejorándose en el participante asociado, las capacidades de desarrollo y motivación de equipos de personas que permitan dirigir procesos de cambio y aumenten la eficacia del equipo de Dirección.

Unos beneficios claros directivo-empresa, ya que el programa se centra en el desarrollo de capacidades a largo plazo del directivo del futuro, tanto en el ámbito de liderazgo, comunicación y creatividad, como de mejora de estilo directivo y de rigor intelectual, respetando siempre las connotaciones humanas y éticas. La empresa, por su parte, se beneficia del Proyecto de Empresa realizado, además de la aplicabilidad inmediata de los conocimientos y capacidades que el participante va adquiriendo durante el programa.

Una toma de decisiones global para la Nueva Economía, ya que la metodología y los contenidos del Executive MBA, estructurados en cinco fases trimestrales, tienen un talante totalmente internacional y moderno, contemplando el impacto estratégico de Internet en las empresas. Durante el programa se realiza, además, un período internacional en el extranjero que permite mejorar en los participantes la perspectiva global y multicultural del management del nuevo milenio.

Un network de prestigio, ya que el programa con formato de fin de semana y una duración de un año y medio, potencia en gran manera la sinergia de la teoría a la práctica, con una metodología totalmente interactiva y participativa, siendo pues el Executive MBA de ESADE un Máster colaborativo con creación de network entre profesores consultores, directivos tutores, ejecutivos participantes, empresas asociadas y ESADE.

El Executive MBA

El Programa y sus Objetivos

La proyección futura de las compañías y la búsqueda de nuevas e innovadoras direcciones estratégicas serán los principales temas de interés de este milenio. El EMBA es una inversión para saber dirigir situaciones de cambio y disminuir la incertidumbre desde el equipo de alta dirección.

Mientras la economía del conocimiento adquiere fuerza, la habilidad de acceder, desarrollar y renovar los conocimientos continuamente es más importante que nunca. La capacidad de investigar, descubrir y evaluar nuevas ideas y tendencias distinguirá a los mejores directivos en un mundo donde las fronteras se desvanecen y el cambio se acelera. El EMBA de ESADE se centra en desarrollar esas capacidades para el éxito de las empresas.

De esta manera se consigue formar a directivos que saben aplicar en la empresa los conocimientos y capacidades adquiridas en ESADE, consiguiendo los resultados planificados y manteniendo actualizado el proyecto empresarial de futuro. Los objetivos del programa son:

- Desarrollar en los participantes las capacidades del directivo del futuro
- Proporcionar una visión integrada y global de la dirección general en la Nueva Economía
- Estimular en los equipos directivos el respeto de la ética, la responsabilidad social y el factor humano.

Participantes

Buscamos a ejecutivos jóvenes con experiencia que aporten al programa el correcto equilibrio entre personalidad, capacidad académica y experiencia profesional. Personas capaces de:

- Dirigir personas y procesos
- Pensar estratégicamente
- Aportar valor a varias funciones y áreas
- Integrarse en un entorno internacional
- Ser proactivos y desarrollar cambios positivos dentro de la organización

Los participantes contarán con un mínimo de 5 años de experiencia cualificada, deberán tener nivel *business* de inglés y titulación universitaria superior.

Su procedencia profesional será de diversos sectores industriales y de servicios, multinacionales y/o familiares, de sectores públicos o privados.

Formato y Estructura

El Executive MBA de ESADE tiene una orientación práctica y de aprendizaje en un contexto real. La complejidad del management y sus estrategias demandan visiones multidisciplinares ya que raramente en este mundo real aparecen oportunidades en una sola área funcional, filial o división. Por todo ello, el programa no está estructurado en torno a materias tradicionales, sino a temas específicos y fases de desarrollo integrando áreas y funciones de dirección, personas y equipos, estrategia y globalidad, futuro y Nueva Economía. En concreto existen 5 fases:

FASE 1

El General Management

Al principio del programa se introducirán los aspectos más novedosos del management, de manera que los participantes adquieran, desde el inicio, una visión de futuro. El resto de esta primera fase se dedica a dos apartados. El primero se estructura alrededor del triángulo esencial que forman la dirección general, la organización y los recursos. El segundo se refiere a los aspectos del entorno general actual que hoy en día más influencia tienen en las decisiones empresariales.

FASE 2

Integrando los Recursos

En esta segunda etapa se profundiza en los recursos básicos de una organización, procurando huir de la concepción clásica de las áreas funcionales, para optar por la idea de recursos esenciales para una organización. Capacidades que deben servir para afrontar los cambios cada vez más rápidos que se producen en el entorno de cualquier compañía de nuestros días, con el fin último de, maximizando y adaptando estos recursos, obtener una ventaja competitiva. De este modo se empieza a dar forma a un proceso de reflexión y decisión estratégica.

FASE 3

Diseñando la Estrategia

La consecuencia lógica de las dos primeras fases del programa es empezar a plantearse la estrategia competitiva de la compañía. Aspecto éste fundamental en la dirección estratégica y centro sobre el que bascula todo el programa. En consecuencia, esta etapa profundiza en la estrategia de una compañía, tanto a nivel de unidad estratégica de negocio, como a nivel de áreas funcionales. Una característica del programa es la lógica interrelación de todas sus fases, pues no hay visión estratégica que pueda tener una perspectiva parcial, ni cambio en una etapa que no incida decisivamente en las demás.

FASE 4

La Compañía Global

En este período se profundizará en la respuesta estratégica, desde diferentes perspectivas, a uno de los aspectos que está cambiando las reglas del juego en la mayoría de sectores: la globalización de los mercados. Globalización que debe tener un claro efecto en la estrategia de cualquier compañía. Dicha incidencia se contemplará tanto a nivel de negocio, como a nivel funcional y capacidades. Asimismo se analizará la gestión del cambio, consecuencia asociada a una nueva estrategia.

FASE 5

Liderando el Futuro

La última fase lectiva quiere ser un puente hacia el futuro de la organización. Esta etapa quiere completar todos los conceptos, herramientas, y capacidades analizados y practicados en los períodos anteriores con intensificaciones en aspectos absolutamente innovadores, los cuales son básicos para la competitividad de una empresa en el tercer milenio, un momento en que los aspectos tecnológicos han cambiado las reglas en muchos sectores si no los han redefinido por completo. La Nueva Economía ofrece oportunidades y amenazas que no deben obviarse. El tamaño de las empresas se replantea constantemente. El aprendizaje continuo es ya una imposición.

El programa tiene una duración de 720 horas, sin contar las dedicadas al Proyecto de Empresa tutorizado. Las clases se imparten los viernes de 15,30 a 20h y los sábados de 9 a 14h, y hay un período intensivo por cuatrimestre (ver calendario para el detalle de fechas).



Los beneficios del EMBA para la empresa



Empresas Colaboradoras

ABN Amro Bank ■ Accenture ■ Akzo Nobel Coatings ■ Almirall Prodesfarma ■ Al-Pi, Grupo Uniz ■ Alstom Transportes ■ Banque Paribas ■ Barclays Bank ■ Bartle Bogle Hegarty ■ Bic Graphic Europe ■ Bimbo ■ Borges ■ BP Oil España ■ British Telecom ■ Caixa d'Estalvis de Terrassa ■ Cap Gemini Ernst & Young ■ Ciba Geigy ■ Compañía de Bebidas Pepsico ■ CotyAstor ■ Danone ■ Deloitte & Touche ■ Deutsche Bank ■ DKV Seguros ■ DMR Consulting group ■ Ernst & Young Auditing ■ Gaesco Inversiones ■ Gas Natural ■ General Electric Lighting ■ Goldman Sachs International ■ GVC, Sociedad de Valores y Bolsa ■ Henkel Ibérica ■ Hewlett Packard ■ Joyco España ■ Kellogg's España ■ KPMG Peat Marwick ■ La Caixa ■ Marcilla ■ Coffee Systems ■ McKinsey ■ Merrill Lynch ■ Morgan Stanley Dean Witter ■ Nestlé España ■ NH Hoteles ■ Nutrexa ■ Panasonic España ■ Pfizer ■ Planeta Agostini ■ Price Waterhouse Coopers ■ Procter & Gamble ■ RACC ■ Ralston Purina Europe ■ Retevisión ■ Revlon ■ Sandoz ■ Sanofi-Synthelabo ■ SE Carburos Metálicos ■ Siemens ■ AEPA ■ Sociéte Générale ■ Telefónica Data ■ The Boston Consulting Group ■ United Distillers ■ Winterthur Seguros

La formación que proporciona el Executive MBA de ESADE es cada vez más demandada por los directivos y más valorada por las empresas de futuro: capacidades y conocimientos de probado resultado para liderar compañías hacia el futuro. El programa permite y posibilita a las empresas:

Hacer crecer su capital intelectual orientando su empresa hacia el futuro

Los participantes del programa, con experiencia cualificada, son empleados clave en sus empresas y proporcionan valor incalculable a sus clientes. Nuestro objetivo es renovar ese valor. El EMBA forma a estas personas para mejorar su conocimiento del mundo de los negocios desde su empresa. Ahora y en el futuro de la Nueva Economía. Por tanto, no sólo se desarrollarán las capacidades individuales de los participantes –su capital humano– sino que también se incrementará el capital intelectual de las empresas, situando a éstas en la mejor posición para afrontar los retos de futuro.

Formar y retener a sus directivos de alto potencial

Las personas de alto potencial en una organización siempre están pendientes de su proyección profesional. Pero a menudo su experiencia es en un área específica de la empresa o no cuentan con las capacidades directivas necesarias: tanto en el ámbito de liderazgo, comunicación y creatividad, como de mejora de estilo directivo y de rigor intelectual, así como del desarrollo y motivación del equipo de colaboradores. Por eso buscan una formación y cualificación que les asegure su progresión directiva.

El EMBA ayuda a estas brillantes y motivadas personas a asumir responsabilidades mayores completando su formación en este sentido. Y a su vez, también a sus empresas, ya que si éstas les proporcionan soporte en sus ansias de formación y mejora, puede generarse fidelidad y razones claras para seguir en su empresa actual.

Desarrollar más rápidamente a sus directivos desde una visión internacional

Se puede desarrollar en las personas de alto potencial una orientación global a través de la experiencia en management internacional, con unos años de rotaciones en diferentes puestos y/o países, y con proyectos interdisciplinares.

Con el EMBA de ESADE puede obtenerse más rápidamente, ya que se consigue sintonizar la toma de decisiones con el proceso de globalización:

- El plan de estudios está diseñado para desarrollar una visión internacional, analizando los nuevos paradigmas y su efectividad para las diferentes tareas de dirección.
- Se discuten las tendencias, conceptos y retos de la Nueva Economía con directivos de todos los sectores, integrados en grupos pluridisciplinares.
- Se obtiene una experiencia de primera mano gracias al período internacional en el extranjero.
- Se ofrece, además, la posibilidad de realizar un período opcional en USA una vez completado el programa, en el que se realizarán visitas a empresas de primer nivel.
- Se desarrollan capacidades necesarias para dirigir personas independientemente de dónde están localizados.
- Se aprende a investigar, tomar decisiones, formular nuevas ideas e implantarlas.

Recibir beneficios inmediatos de las capacidades y conocimientos adquiridos y del proyecto de empresa

Los participantes del EMBA siguen trabajando para la empresa incluso cuando están en ESADE: los conocimientos que reciben se presentan en la complejidad del contexto en que se encuentran en el mundo real, representando situaciones reales de negocio, lo que ya los hace aplicables durante el programa. De este modo los participantes vuelven a la empresa cada semana armados con ideas y metodologías que pueden poner en práctica de inmediato, así como realizar aportaciones que pueden compartir y filtrar a la empresa. Además, el programa incluye un Proyecto de Empresa obligatorio por el que se consigue una suma positiva directivo-empresa ya que ésta se beneficiará del proyecto de consultoría realizado. Los profesores-tutores de ESADE darán soporte y evaluarán dicho Proyecto, señalando los principales objetivos y sugiriendo aspectos a profundizar. La interacción con los compañeros del equipo de proyecto también traerá nuevas perspectivas a las preguntas que dicho proyecto trata.

Obtener un valor a largo plazo puesto que está enfocado al proceso de aprendizaje y a la sinergia trabajo-estudio

El mundo de los negocios cambia muy rápidamente, y por eso el programa se centra tanto en la capacidad de aprendizaje como en los contenidos. Se trata de asegurar que los participantes obtengan del programa no sólo los conocimientos y capacidades directivas de hoy, sino también la manera de obtenerlos y actualizarlos para afrontar los retos del management del futuro.

El programa se diseña en torno a módulos sobre temas de importancia para los negocios, pero su formato, por ser compatible con la jornada laboral, permite la suficiente flexibilidad para abordar los problemas u oportunidades que están tratando los participantes en sus empresas. Se realizan discusiones y debates en relación con temas emergentes de los negocios, y se aprende cómo implementar con éxito nuevos conceptos, enfoques y metodologías.

Los beneficios del EMBA para el participante



La actual evolución hacia una sociedad más global, informada y compleja, va a exigir a los directivos de empresa unas capacidades y conocimientos con visión de futuro, y a ser motivadores y líderes de los procesos de cambio. El Executive MBA de ESADE ofrece la posibilidad a sus participantes de:

Acelerar su incorporación al equipo directivo de la empresa

Es imprescindible obtener una visión global e integrada de la Dirección General para ser un miembro eficiente y ser capaz de asumir los retos y responsabilidades de la misma con seguridad. Sólo de esta manera se consigue incrementar el valor de un directivo para su empresa y para sus clientes.

Desarrollar las capacidades directivas necesarias de la Alta Dirección

Los directivos del tercer milenio deben no sólo comprender completamente las variables clave que darán forma a los negocios y su dinámica en el futuro, sino además ser agentes proactivos en el cambio, ser capaces de intervenir en su proceso. Para ello, no sólo deben desarrollarse las capacidades de liderazgo, comunicación, creatividad, mejora de estilo directivo y rigor intelectual, sino también aprender a motivar al equipo de colaboradores para llegar a ser líderes preparados para afrontar los futuros retos del mundo de los negocios.

Aprender a actualizar sus conocimientos de la empresa con un título de MBA

El principal reto de la Nueva Economía es la gestión en un entorno de cambio constante. Una de las características básicas del directivo de hoy es la capacidad de aprendizaje constante y la detección de nuevas tendencias en management que le permitan aprovechar al máximo las oportunidades de negocio. El Programa proporciona un balance perfecto entre la profundidad y amplitud de estudio propias de un MBA y la experiencia profesional necesaria para aprovechar al máximo los conocimientos que se transmiten.

Vivir una experiencia internacional

En una economía global, los directivos deben ser capaces de entender y sensibilizarse con las diferencias culturales y las implicaciones que conllevan en el management. El período internacional que se ofrece durante el programa permite mejorar en los participantes su perspectiva global y multicultural, así como experimentar cómo triunfan los mejores negocios del mundo.

Se ofrece también la posibilidad, una vez completado el programa, de incidir en su orientación internacional a través de un período opcional en USA, durante el cual se visitarán empresas de primer nivel.

Compatibilizar el EMBA con la jornada profesional

El programa ha sido diseñado para que los participantes puedan asistir a las sesiones sin frenar su carrera profesional, ya que el estudio y trabajo requerido es perfectamente compatible con su desarrollo directivo dentro de la empresa.



Establecer networking en ESADE

Siguiendo la tendencia del mundo de los negocios, donde las empresas se unen para aprovechar mejor sus sinergias, desde ESADE potenciamos la interacción y cooperación entre participantes, profesores y directivos tutores, y empresas asociadas con el objetivo de formar una red de contactos de primer nivel que perdure más allá de la realización del programa.

Curriculum del Programa

LAS OPORTUNIDADES O PROBLEMAS DEL MUNDO DE LOS NEGOCIOS CASI NUNCA CABEN EN UNA SOLA CATEGORÍA O ÁREA. ESTRUCTURAMOS NUESTRO PROGRAMA EN TORNO A FASES, MÁS QUE EN CURSOS O FUNCIONES DE GESTIÓN. LOS PROBLEMAS SE ABORDAN INTEGRADAMENTE Y SE DESARROLLAN ENFOQUES PARA LAS OPORTUNIDADES EN EL CONTEXTO EN EL QUE SE ENCONTRARÁ EN LA EMPRESA. EL PROGRAMA PROPORCIONA UN BALANCE PERFECTO ENTRE LA PROFUNDIDAD Y AMPLITUD DE ESTUDIO PROPIAS DE UN MBA Y LA EXPERIENCIA PROFESIONAL NECESARIA PARA APROVECHAR AL MÁXIMO LOS CONOCIMIENTOS QUE SE TRANSMITEN.

2003			2004	
FASE 1 El General Management	FASE 2 Integrando los recursos	FASE 3 Diseñando la Estrategia	FASE 4 La Compañía Global	FASE 5 Liderando el Futuro
<ul style="list-style-type: none"> • Liderando el Futuro • General Management (periodo intensivo) • Análisis y Planificación Financiera • Economía para la Empresa • Pensamiento Geopolítico • Estadística para Dirección • Desarrollo Organizativo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados Financieros • Marketing Operacional • Competir desde Operaciones • Sistemas de información para la Empresa • Gestión de la Marca e Investigación • Desarrollo Personal (periodo intensivo outdoor) • In-Company Project 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia Competitiva (periodo intensivo internacional) • Corporate Finance • Marketing Estratégico • Gestión de la Cadena de Suministro • Corporate Governance • Dirección de Organizaciones • Negotiations 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del Cambio Estratégico (periodo intensivo) • Estrategia Internacional • Finanzas Globales • Marketing Global • Economía Internacional • Derecho de los Negocios y Fiscalidad Internacional • Cross-Cultural Management • In-Company Project 	<ul style="list-style-type: none"> • Fusiones y Adquisiciones • Gestión de Riesgos • E-Marketing • Business to Business (B2B) • Autoevaluación de Capacidades Directivas • Sistemas de Indicadores de Gestión Empresarial • Ciudadanía Corporativa • Aprendizaje Organizativo (periodo intensivo) • Presentación Proyectos

F#1

FASE 1. EL GENERAL MANAGEMENT

Liderando el Futuro

El equipo de profesores del EMBA presenta lo que será la última fase del programa. De esta manera, los participantes se familiarizan con el objetivo general de éste y la trayectoria que seguirá.

General Management

Reflexión sobre el paso de la visión funcional –de un área o departamento– a una visión global del conjunto de la empresa y de su entorno. El nivel de la estrategia corporativa y de la estrategia de negocio. La dirección general de una organización: funciones y actividades.

Análisis y Planificación Financiera

Un correcto análisis económico-financiero permite juzgar tanto el actual estado de la economía como la solvencia de nuestra empresa. La planificación económica, el análisis de previsiones y la estrategia financiera nos aportan conocimientos clave a la hora de comprometernos en el proceso de planificación integral de la empresa así como en la responsabilidad de presentar y defender proyectos de inversión.



Economía para la Empresa

Fundamentos económicos de la administración de las empresas modernas. Se exponen los nuevos desarrollos de la microeconomía, contruidos sobre la crítica a la teoría de la empresa del modelo neoclásico, con la aplicación de la teoría de juegos, la teoría de la agencia, los contratos imperfectos y la racionalidad limitada. Análisis de acciones estratégicas en estructuras de mercado oligopolistas y de competencia imperfecta.

Pensamiento Geopolítico

Este módulo presenta una aproximación a la geopolítica de la globalización a partir de tres ejes fundamentales: el análisis del entorno tecnoeconómico, sociopolítico y cultural; las diversas teorías del cambio elaboradas por autores como Francis Fukuyama, Samuel Huntington y Benjamin Barber; y, por último, los valores y tendencias emergentes vinculados al fenómeno de la globalización.

Estadística para Dirección

El análisis de datos de mercado e internos es imprescindible para mejorar el proceso de toma de decisiones. Áreas como marketing y ventas, finanzas y operaciones necesitan segmentar sus clientes, posicionar sus productos, obtener patrones y tendencias en su actividad y establecer procesos de mejora de la calidad. Esta asignatura se basará en el conocimiento del SPSS que utiliza todo tipo de herramientas estadísticas cada vez más indispensables para conseguir ventajas competitivas en el mercado.

Desarrollo Organizativo

Se abordan los conceptos organizativos de grupo, comunicación, motivación y cambio organizativo. Se profundizará en aspectos como cultura organizativa y liderazgo.

F#2

FASE 2. INTEGRANDO LOS RECURSOS

Mercados financieros

Conocimiento de los diferentes tipos de mercados, desde mercados monetarios a mercados bursátiles, incluyendo los mercados de acciones (bolsa), mercados de renta fija (bonos, obligaciones y letras del estado, pagarés de empresa mercado de la AIAF, etc.) así como también una breve introducción a los mercados de derivados (especialmente futuros y opciones).

Marketing Operacional

Desarrollo de los fundamentos para la gestión de la función de marketing, tanto desde el punto de vista de diseño de estrategias, planificación de acciones y gestión del denominado Marketing Mix. También se profundizará en el papel de la función marketing dentro de la organización, su relación con otras áreas de la empresa, así como sus nuevas tendencias de gestión.

Competir desde Operaciones

Se va a analizar el papel de las Operaciones como elemento clave para que las empresas logren y consoliden ventajas competitivas. Dicho análisis va a desarrollar tres conceptos en empresas industriales y de servicios: la estrategia de operaciones en el marco de la estrategia empresarial, los procesos productivos y su enfoque, y las E-Operations.

Sistemas de información para la Empresa

Los sistemas de información de negocio son uno de los retos y decisiones más importantes con las que se enfrentan los directivos de las organizaciones. Se evaluarán las alternativas de dichos sistemas y se analizarán las interrelaciones con todas las áreas de la empresa.

Gestión de la Marca e Investigación

La marca es el principal activo de una compañía y su sistema básico de relación con el mercado. La construcción de valor de marca implica un profundo conocimiento del cliente/consumidor para diseñar una arquitectura de marca consistente y hacerla relevante a través de la comunicación y todo el proceso de marketing. Los sistemas de información de marketing y la evaluación de la actividad de marketing serán un aspecto clave para la gestión eficaz de la marca.



Desarrollo Personal

Se aportan las bases de reflexión necesarias para establecer una buena estrategia profesional de desarrollo: conducta y valores, fases de la carrera directiva y momentos críticos. Se realizará un análisis de la carrera personal. El período intensivo que se ofrece está basado en la metodología outdoor training, que permite desarrollar en los participantes una especial sensibilidad en torno a las relaciones humanas en la empresa, y fomentar el trabajo en equipo dentro de una atmósfera desafiante.

In-company project

F#3

FASE 3. DISEÑANDO LA ESTRATEGIA

Estrategia Competitiva

El proceso de reflexión y decisión estratégica: conceptos y herramientas esenciales para la realización de un proceso de reflexión estratégica –tanto del análisis externo como del interno–. Decisiones clave. Interrelaciones y metodología de aplicación.

Corporate Finance

La creación de valor para el accionista es un objetivo ineludible de cualquier gestor de una empresa. La dirección de la empresa debe conocer las decisiones que crean valor en la empresa y las que lo destruyen. Las inversiones en activos deben aprobarse en función del incremento de patrimonio que supongan para la empresa. La estructura de pasivo óptima también vendrá influida por su aportación a la creación de valor.

Marketing Estratégico

Los ciclos de vida de los productos son cada vez más cortos, así como el tiempo de reacción para la empresa. Los clientes son más expertos y exigentes y escasean cada vez más. Es necesaria una actitud proactiva y una filosofía de trabajo orientada al mercado. Por medio de esta asignatura, se explican cuáles son las claves para conseguirlo y obtener una posición competitiva sostenible que garantice el presente y el futuro de cualquier compañía.



Gestión de la Cadena de Suministro

Se desarrollarán los modelos y metodologías de la Dirección e Integración de la Cadena de Suministro (Supply Chain Management) teniendo en cuenta los impactos de la Nueva Economía de Internet en el Management de la Nueva Cadena de Suministro, tanto en Compras y Suministradores (B2B, Exchanges y Hub's), como en la Fabricación (Posponement, Fabricantes Virtuales y Contract Manufacturer's), como también en la Distribución (CRM, International Trade Logistics y 3PL's Exchanges).

Corporate Governance

El gobierno corporativo de la gran empresa. Consejos de administración y consejeros independientes. Tipos de accionariado. La supervisión del equipo directivo: nombramiento, evaluación y retribución (sistemas incentivados y stock option plans). Operaciones corporativas: salida a bolsa, OPV, OPS y OPA. Regulación de los mercados de valores y normas de comportamiento de los operadores.

Dirección de Organizaciones

Se introduce una metodología de implementación estratégica basada en los modelos del "performance management". Se analizarán los modelos teóricos más relevantes y su aplicación concreta a un número reducido pero selecto de empresas. Se pedirá finalmente a los alumnos que apliquen la metodología a sus propias empresas.

Negotiations

Este curso práctico ofrece técnicas, tácticas y estrategias para obtener los mejores resultados para su equipo y para el futuro de la relación establecida. Definición de la estrategia, preparación previa, juego de intereses, creación de sinergias, implementación de los resultados.

F#4

FASE 4. LA COMPAÑÍA GLOBAL

Gestión del Cambio Estratégico

Proceso de puesta en práctica de la estrategia. El arte de convertir en realidad proyectos de cambio en las organizaciones y estrategias para su implantación. Liderazgo de la gestión del cambio estratégico.

Estrategía Internacional

Retos de la gestión estratégica de empresas que operan en mercados internacionales. Los modelos de estrategias de crecimiento a través de la internacionalización de las empresas. Gestionando la comunicación y las relaciones con diferentes culturas.

Finanzas Globales

Las decisiones de internacionalización, o las de inversión en activos y las políticas de financiación, son casi indispensables en cualquier empresa de tamaño medio, e incluso aquellas que aparentemente no se vean directamente afectadas, en el fondo también lo son vía evolución de tipos de interés o tipos de cambio.



Marketing Global

Actualmente, una habilidad requerida en cualquier ejecutivo de marketing es la capacidad de gestión del ámbito transnacional, desarrollando estrategias con sentido global pero a la vez dando respuesta eficaz a la complejidad derivada de las diferencias culturales, de estructuras comerciales, competitivas e incluso de organización interna.

Economía Internacional

Exposición y análisis de problemas de la economía internacional actual. Se enfatiza el análisis teórico de los resultados y de las políticas seguidas para la resolución de los problemas, así como, las relaciones monetarias internacionales, la unión monetaria europea, los países emergentes y la deuda externa de los países más pobres.

Derecho de los Negocios y Fiscalidad Internacional

Estructura jurídica internacional de la empresa. Grupos de sociedades. Relaciones intragrupo. Relaciones de colaboración: joint ventures. Planificación fiscal internacional. Precios de transferencia. Fiscalidad de las operaciones de adquisición, fusión y reestructuración.

Cross-cultural management

Para hacer negocios a través de fronteras culturales, no sólo es preciso conocer el mercado local sino también los distintos valores y estilos de comunicación que pueden interferir en una buena relación comercial. Este curso, eminentemente práctico, ayuda a los participantes a analizar casos prácticos reales y obtener feedback de los mismos.

In-company project

F#5

FASE 5. LIDERANDO EL FUTURO

Fusiones y Adquisiciones

Familiarización con la problemática de los procesos de alianzas estratégicas, desde una óptica financiera así como también desde la parte de estrategia empresarial, política de empresa y recursos humanos. Se analizarán todas las fases de un proceso de adquisición, haciendo especial mención a toda la problemática que aparece en las fases de post-adquisición e integración.

Gestión de Riesgos

Toda empresa está condicionada por los riesgos del mercado, ya sea por oscilaciones de tipos de interés, del precio de las materias primas, del valor de las divisas o del impago de sus clientes. Las decisiones deben tomarse con rapidez y ello puede llevar a errores operativos con elevados costes para las empresas. Debe decidirse sobre la conveniencia de cubrirse de ellos y a qué coste.

E-Marketing

Se proporcionarán los conocimientos para la gestión de Marketing en la economía digital, ya que supone un enfoque y unas herramientas distintas, para potenciar las actividades on-line en B2B y B2C, desarrollar los modelos de negocio, y a la vez integrarlas y coordinarlas con las actividades off-line de la compañía.



Business to Business

Se aborda el estudio y trabajo a nivel estratégico de cómo las organizaciones deben afrontar los mercados digitales en las relaciones entre empresas, ya que dichos mercados permiten a las empresas encontrar nuevos proveedores, y/o nuevos compradores (garantizadas las condiciones de la oferta: homologaciones técnicas, plazos de entrega, plazos de pago, etc.), y mayor eficiencia con la utilización de mecanismos de precios como las subastas.

Autoevaluación de Capacidades Directivas

Cada participante tendrá la oportunidad de autoevaluar sus capacidades directivas en función de su plan de carrera. Esta materia integra y aplica los conceptos aportados en Desarrollo Personal.

Sistemas de indicadores de Gestión Empresarial

Se abordan conceptos clave que están adquiriendo una importancia creciente en todo tipo de organizaciones: dirección por procesos, benchmarking y reingeniería; el modelo EFQM de excelencia; y desarrollo e implantación de sistemas de indicadores para la excelencia.

Ciudadanía Corporativa

Se recogen aquellas estrategias y planteamientos orientados a la asunción de la responsabilidad social de las empresas: económicas, sociales y medioambientales. Esto es debido a la confluencia de dos tendencias: los mercados y los consumidores también penalizan a las empresas que actúan irresponsablemente, y en el mundo empresarial aumenta la conciencia que sus actuaciones tienen un impacto social que afecta a la gobernabilidad de un mundo globalizado.

Aprendizaje Organizativo

Cómo construir y mantener comunidades de aprendizaje. Modelos y procesos que facilitan la gestión y el seguimiento de organizaciones en aprendizaje permanente. El balance entre el desarrollo organizacional y el desarrollo personal: el cambio de paradigma.

PROYECTO DE EMPRESA

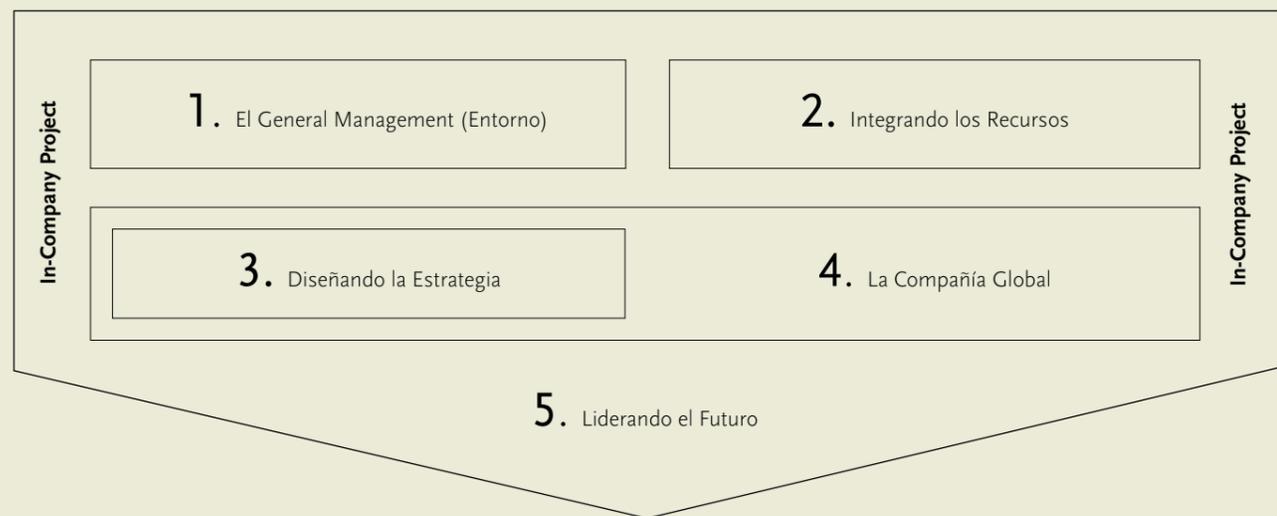
El Executive MBA de ESADE está pensado para que, desde su inicio, se impartan solamente esas materias prácticas que son absolutamente imprescindibles para el directivo actual. Asimismo, el programa destaca por su elevada proporción de aprendizaje activo y aplicado a las necesidades de sus participantes. La combinación de estos factores da como resultado los "In-Company Projects", proyectos que tiene como objetivo que cada participante aplique lo que va aprendiendo durante el programa a los problemas estratégicos con los que debe enfrentarse en su organización.

De este modo, el participante interioriza y profundiza en los conceptos y herramientas discutidos en clase, y los convierte en ideas y acciones útiles para ellos y para su empresa, obteniendo como resultado una suma positiva directivo-empresa, ya que ésta se beneficia de forma inmediata del proyecto de consultoría realizado. Con el objetivo de aprovechar, no sólo la experiencia del claustro de profesores sino la de sus compañeros de programa, los proyectos de empresa de similar contenido y objetivos se concentran en grupos de trabajo con el fin de potenciar al máximo las sinergias.

PERÍODO INTERNACIONAL

En un mundo definido por palabras como Nueva Economía, digitalización, globalización o desregulación, no podía faltar en un Executive MBA un período internacional que acabe de otorgar de manera práctica y real esta visión. Con este objetivo, los participantes del Programa realizan un seminario internacional organizado en colaboración con una universidad de primer nivel, en la que contarán con la participación de expertos mundialmente reconocidos, visitas a empresas punteras y desplazamientos a filiales de compañías españolas. También se ofrece la posibilidad, una vez completado el programa, de realizar un período opcional en USA en el que se visitarán empresas de primer nivel.

EXECUTIVE MBA



Calendario

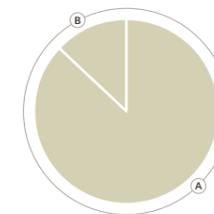
2003																																				
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M
FASE 1. EL GENERAL MANAGEMENT																																				

Participantes de la Promoción 2002-2003

LOS PARTICIPANTES DEL EXECUTIVE MBA FORMAN UN GRUPO HOMOGÉNEO EN SUS AÑOS DE EXPERIENCIA Y EN LA CUALIFICACIÓN DE SU TRABAJO DIRECTIVO Y HETEROGÉNEO EN SUS DISTINTAS PROCEDENCIAS ACADÉMICAS Y EXPERIENCIAS PROFESIONALES EN SECTORES Y PAÍSES DIVERSOS. SU INTERACCIÓN GARANTIZA UN ENTORNO DE APRENDIZAJE DINÁMICO Y GLOBAL EN EL QUE PROFESORES Y DIRECTIVOS COMPARTEN SUS EXPERIENCIAS Y CONOCIMIENTOS SOBRE LAS MEJORES PRÁCTICAS DE GESTIÓN. LA DIVERSIDAD ES TAMBIÉN UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS COLABORADORAS: DIVERSOS SECTORES INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS, MULTINACIONALES Y EMPRESAS FAMILIARES, DEL SECTOR PÚBLICO O PRIVADO ESTÁN REPRESENTADOS EN EL PROGRAMA.

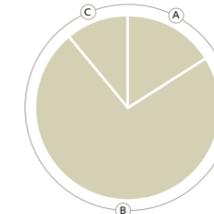


Estadísticas Executive MBA



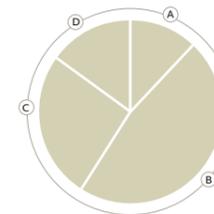
Distribución de participantes por sexo

A Hombres	87%
B Mujeres	13%



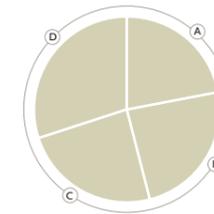
Edad*

A 30 años o menos	16%
B 31 a 35 años	73%
C más de 35 años	11%



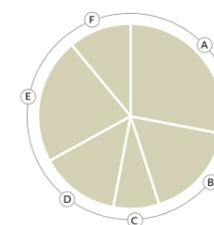
Formación académica

A Ciencias	12%
B Ingenierías	47%
C Economía	26%
D Otros	15%



Áreas funcionales

A Operaciones	22%
B Otros	24%
C DG. Gerencia	24%
E Marketing y Ventas	30%



Sector de Procedencia

A Telecom. e informática	28%
B Industria	17%
C Banca y seguros	8%
D Distribución y Gran Consumo	14%
E Consultoría y servicios	22%
F Otras	11%

* Edad media inicio del programa: 33 años
Experiencia profesional media inicio del programa: 8,2 años

Profesorado y Metodología



EL EXECUTIVE MBA DE ESADE ES UN PROGRAMA COOPERATIVO ENTRE PARTICIPANTES, PROFESORES Y DIRECTIVOS TUTORES, Y EMPRESAS ASOCIADAS, QUE POTENCIA ENTRE LOS PARTICIPANTES EL EFECTO SINÉRGICO “DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA”, MEDIANTE UNA METODOLOGÍA ACTIVA Y MUY PARTICIPATIVA (INTERACTIVE AND COLLECTIVE TEAM LEARNING). EN LA METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE SE MEZCLAN EL RENOVADO MÉTODO DEL CASO, SIMULACIONES, INVESTIGACIÓN, ROLE PLAYING, VIDEO-CONFERENCIAS Y DISCUSIONES CON DIRECTIVOS INVITADOS, JUNTO CON EL CONTINUO DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES DIRECTIVAS MEDIANTE SEMINARIOS ESPECÍFICOS DE HABILIDADES INTERPERSONALES. A TRAVÉS DE GRUPOS DE ESTUDIO Y PROYECTOS, EL EXECUTIVE MBA CULTIVA LA EFICIENCIA DEL TRABAJO EN EQUIPO Y LOS PARTICIPANTES, DE DIFERENTES FORMACIONES DE BASE, SE UNEN EN UN ENTORNO COLABORATIVO.





Eduardo Berché Moreno

Profesor del Departamento de Derecho de ESADE. Doctor en Derecho y Licenciado en Ciencias Económicas (Universitat de Barcelona). Director del Programa "Asesoría y Gestión Tributaria".

Eduard Bonet Guinó

Profesor del Departamento de Métodos Cuantitativos de Gestión de ESADE. Doctor en Ciencias Matemáticas (Universitat de Barcelona). Director del Programa Ph.D. in Management Sciences de ESADE. Vicerector de Relaciones Internacionales de la Universitat Ramon Llull.

Máximo Borrell Vidal

Profesor ordinario de ESADE y catedrático de Economía Financiera de la Universitat Ramon Llull. Economista y actuari de seguros.

Agustín L. Calvet Mulleras

Ph.D. por el Massachusetts Institute of Technology. Catedrático de la Ottawa University (Canadá). Consultor del Institute of Canadian Bankers y del Ministerio de Hacienda del Canadá. Profesor visitante de escuelas de negocios de primer rango en Estados Unidos, Francia, América Latina, España y países de la Europa del Este.

Àngel Castiñeira Fernández

Profesor del Departamento de Ciencias Sociales de ESADE y profesor de la Universitat Ramon Llull. Licenciado y Doctor en Filosofía y Letras (Universitat de Barcelona). Diplomado en Alta Dirección de Empresas (ADE) por ESADE.

Guillermo Cisneros Garrido

Profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (Universitat de Barcelona). Director de ESADE en Madrid.

Enric Colet Petit

Director y profesor del Departamento de Sistemas de Información de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE. Ha trabajado en la Generalitat de Catalunya y ha sido director de Servicios del Ayuntamiento de Badalona.

Carles Comas Giralt

Profesor del Departamento de Economía de ESADE. Licenciado en Filosofía por la Universidad de Barcelona y Doctor en Economía.

Alfons Cornella Solans

Profesor del Departamento de Sistemas de Información de ESADE. Licenciado en Física (Universitat de Barcelona). MS Information Resources Management (Syracuse University). Diplomado en Alta Dirección de Empresas (ADE) por ESADE.

Jordi Fabregat Feldsztajn

Profesor del Departamento de Control y Dirección Financiera de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE.

Josep M. Galí Izard

Profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Doctor en Ciencias Empresariales (HEC, París). Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE.

Carlo M. Gallucci

Director y profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (Universidad Pontificia Comillas, ICADE-ICAI). Dottore in Economia e Commercio (Universidad de Messina, Italia). Máster en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. Director del Centro de Desarrollo Directivo de ESADE.

Xavier Gimbert Ràfols

Profesor del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Máster en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. Licenciado en Farmacia (Universitat de Barcelona). Director de los programas In-Company Training de ESADE.

Josep M. Lozano Soler

Director y profesor del Departamento de Ciencias Sociales de ESADE. Doctor en Filosofía y Letras (Universitat de Barcelona). Licenciado en Teología (Facultat de Teologia de Catalunya). Diplomado en Alta Dirección de Empresas y diplomado en Función Gerencial en las Administraciones Locales por ESADE. Director del Centro Persona, Empresa y Sociedad de ESADE.

Miguel Angel Heras Forcada

Director y profesor del departamento de Dirección de Operaciones e Innovación de ESADE. Máster en Dirección y Administración de Empresas por ESADE.

Jim Herbolich

Profesor de inglés (ESADE Escola d'Idiomes y ESADE ICLT - In-Company Language Training). Licenciado en Sociología (Gonzaga University, Washington, EE.UU.) y Máster en Enseñanza del Inglés como Lengua Extranjera (The American University in Cairo, El Cairo, Egipto).

Jaume Hugas Sabater

Profesor del Departamento de Dirección de Operaciones e Innovación de ESADE. Máster en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. Ingeniero Industrial (Universitat Politècnica de Catalunya). Estudios de postgrado en Stanford. Director de los programas MBA de ESADE.

Samuel Husenman Grodzenski

Profesor del Departamento de Dirección de Recursos Humanos de ESADE. Doctor en Psicología (Universitat Autònoma de Barcelona).

Kimio Kase

Profesor del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Doctor of Business Administration (Manchester Business School, University of Manchester). Master in Business Administration por Instituto de Estudios Superiores de la Empresa. Licenciado en Ciencias Empresariales por ICADE. Bachelor of Arts (Tokyo University of Foreign Studies, Japón).

Anna M. Laborda Coronil

Profesora del Departamento de Economía de ESADE. Máster en Fundamentos del Análisis Económico (Universitat Autònoma de Barcelona). Licenciada en Ciencias Económicas (Universitat Autònoma de Barcelona). Directora asociada del MBA Part Time de ESADE.

Francisco Lamolla Ormo

Profesor del Departamento de Política de Empresa. Doctor Ingeniero Industrial (Universitat Politècnica de Catalunya). Máster en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. Director de ESADEMPRESA.

Constance Lütolf-Carroll

Profesora del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Licenciada en Ingeniería Civil (Universidad de California, Berkeley) y MBA de Stanford University Graduate School of Business.

Valentí Llagostera Español

Profesor del Departamento de Economía de ESADE. Licenciado en Ciencias Económicas (Universitat Autònoma de Barcelona). Director de los Programas de "Dirección de Áreas Funcionales (DAF)".

Lluís Martínez-Ribes

Profesor del Departamento de Dirección de Marketing. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE. Master in Retailing and Wholesaling (Universidad de Stirling, Reino Unido).

Joan Massons Rabassa

Profesor del Departamento de Control y Dirección Financiera de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE.

Francesc Xavier Mena López

Profesor del Departamento de Economía de ESADE. Doctor en Ciencias Económicas (Universitat de Barcelona).

Xavier Mendoza Mayordomo

Profesor del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Doctor en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE. Licenciado en Ciencias Económicas (Universitat de Barcelona). Decano de ESADE-Business School.

Pedro Mirosa Martínez

Director y profesor del Departamento de Derecho de ESADE. Doctor en Derecho (Universitat de Barcelona). Decano de ESADE-Facultad de Derecho.

Jordi Molina Capella

Profesor del Departamento de Dirección de Marketing de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empre-sas por ESADE. Programa Internacional de Management (HEC, París).

Carlos Obeso Abalde

Director y profesor del Departamento de Dirección de Recursos Humanos de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE. Máster en Industrial Relations (London School of Economics).

Jesús Palau Montañana

Director y profesor del Departamento de Control y Dirección Financiera de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE.

Marcel Planellas Arán

Profesor del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (Universitat Autònoma de Barcelona). Licenciado en Historia Moderna (Universitat de Barcelona). Diplomado en Alta Dirección de Empresas (ADE) por ESADE.

Roberto Quiroga Perie

Profesor del Departamento de Dirección de Recursos Humanos de ESADE. Doctor en Psicología (Universitat de Barcelona). Director de los Seminarios de Desarrollo de Habilidades Directivas de ESADE.

Mario Raich

Ph.D. por la University of Fribourg (Switzerland). Director de una empresa virtual suiza de consultoría que desarrolla su actividad en todo el mundo. Ha trabajado en puestos directivos en varias organizaciones globales como Rank Xerox, Citicorp/Citibank, Zurich Insurance Group.

Luis Ramallo Massanet

Profesor del Departamento de Dirección de Recursos Humanos de ESADE. Licenciado en Filosofía (Universidad Javeriana, Bogotá). Ph.D (social Psicology) (Harvard University).

Alfons Sauquet Rovira

Profesor del Departamento de Dirección de Recursos Humanos de ESADE. Máster en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. Doctor y Máster en Psicología de la Organización (Columbia University). Licenciado en Psicología (Universitat de Barcelona).

Luis de Sebastián Carazo

Director y profesor del Departamento de Economía de ESADE. Doctor en Ciencias Políticas (Economía) IHHEI (Universidad de Ginebra). MSc por la London School of Economics. Licenciado en Ciencias Sociales (Universidad Gregoriana, Roma).

Enric Segarra Costa

Profesor del Departamento de Dirección de Operaciones e Innovación de ESADE. Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Máster en Dirección de Empresas por ESADE.

Ricard Serlavós Serra

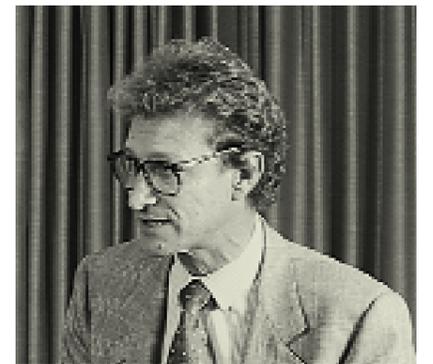
Profesor del Departamento de Dirección de Recursos Humanos de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE.

Robert Tornabell Carrió

Profesor del Departamento de Control y Dirección Financiera de ESADE. Ph.D. in Management Sciences (ESADE). Licenciado en Ciencias Económicas (Universitat de Barcelona).

Diego Torres Pérez

Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE. Estudios de postgrado en planificación estratégica (Universidad de Stanford).



Miguel Trías Sagnier

Profesor del Departamento de Derecho de ESADE. Máster en Dirección y Administración de Empresas por ESADE. Doctor en Derecho (Universitat de Barcelona).

Francisco Vilahur Fornés

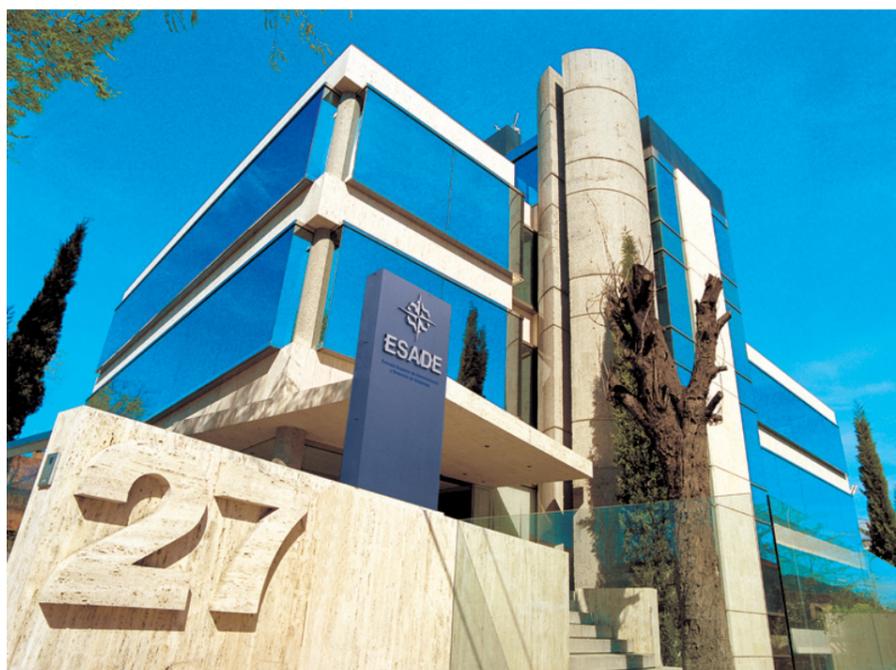
Profesor del Departamento de Política de Empresa de ESADE. Licenciado en Ciencias Empresariales y Máster en Dirección de Empresas por ESADE. Postgrado en International Management, IMI, Ginebra.

Bienvenido Visauta Vinacua

Profesor del Departamento de Métodos Cuantitativos de Gestión de ESADE. Doctor en Filosofía y Letras (Universitat de Barcelona).

ESADE

ESADE, QUE INICIÓ SUS ACTIVIDADES EN 1958, ES LA MAYOR ESCUELA DE NEGOCIOS DE ESPAÑA Y UNA DE LAS MÁS PRESTIGIOSAS A NIVEL MUNDIAL. CON UNA CLARA VOCACIÓN INTERNACIONAL, DISPONE DE INSTALACIONES EN MADRID Y BARCELONA. EN LA ACTUALIDAD, CUENTA CON 15 CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y MANTIENE ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON MÁS DE 80 UNIVERSIDADES Y ESCUELAS DE NEGOCIOS EN LOS CINCO CONTINENTES. A TRAVÉS DE SU ACTIVIDAD DOCENTE Y DE INVESTIGACIÓN, ESADE LLEVA MÁS DE 40 AÑOS CONTRIBUYENDO POSITIVAMENTE AL DESARROLLO DE LOS LÍDERES EMPRESARIALES, DE SUS EQUIPOS Y DE SUS ORGANIZACIONES.



Formación de base

El desarrollo directivo al más alto nivel exige, de manera creciente, una sólida formación científica, técnica y metodológica, así como un desarrollo de las habilidades directivas que facilitan una actividad profesional altamente cualificada. A su vez, toda actividad educativa incorpora contenidos y materias específicas del campo de las ciencias sociales que favorecen la emergencia de aquellas actitudes éticas y de responsabilidad social inherentes a su proyecto educativo.

Capacidad de adaptación

ESADE defiende firmemente la convicción de que los profesionales de alto nivel deben evolucionar al mismo ritmo que el contexto histórico, social y económico en el que se desenvuelve su actividad. Vivimos en una sociedad sujeta a un intenso proceso de transformaciones, en las que las innovaciones científicas sobrepasan rápidamente los conocimientos técnicos. Por consiguiente, ESADE se ha propuesto impartir una formación que permita asimilar los cambios que se avecinan. Es fundamental dotar a los participantes de la preparación necesaria para asumir la flexibilidad que se les exige ya ahora en el desarrollo de su profesión.

Internacionalidad

En los últimos años se ha delimitado un nuevo mapa de relaciones profesionales que tienen una cada vez mayor implicación internacional. Para fortalecer la apertura de sus programas, ESADE ha establecido un fuerte tejido de relaciones internacionales estables con otros centros de máximo prestigio en todo el mundo. Ello nos permite participar en proyectos comunes de investigación con centros extranjeros, constituir grupos de trabajo con profesores de distintas áreas para el desarrollo conjunto de contenidos académicos, metodologías y casos, y ofrecer programas estables de intercambio con más de 70 universidades y centros de reconocido prestigio en todo el mundo.

Servicios de ESADE

ESADE DISPONE EN MADRID DE 2.500 M2 DE INSTALACIONES, DEDICADOS A LA FORMACIÓN DIRECTIVA. EN LA ZONA DE CHAMARTÍN, LA PRINCIPAL ÁREA DE NEGOCIOS DE MADRID, Y MUY CERCA DE LA PLAZA DE CASTILLA Y DEL PASEO DE LA CASTELLANA, LA ZONA ES DE MUY FÁCIL ACCESO TANTO EN TRANSPORTE PÚBLICO COMO PRIVADO Y ESTÁ BIEN COMUNICADA CON EL AEROPUERTO DE MADRID-BARAJAS.

Biblioteca Digital

La Biblioteca de ESADE, especializada en management y derecho, cuenta con más de 50.000 volúmenes y está suscrita a más de 700 publicaciones, el 80% de las cuales son internacionales.

Para facilitar el acceso a toda esta información y agilizar las búsquedas, los contenidos están digitalizados.

Centro de Documentación Europea

El Centro de Documentación Europea es el fondo depositario de las publicaciones comunitarias, y tiene acceso a diversas bases de datos de la Unión Europea.

Ofrece al usuario un amplio servicio de información, búsqueda y reproducción de documentos solicitados, elaboración de informes monográficos, y también difusión selectiva de los datos relativos a las Comunidades Europeas.

Centro de Información Empresarial

El CIE se ocupa de la búsqueda de información sobre empresas y sectores industriales, productos, mercados, tecnologías y todos aquellos datos que puedan ser relevantes a la hora de programar la gestión empresarial de un área determinada. Actualmente recurren a él no sólo los participantes y los profesores de ESADE, sino también las empresas.

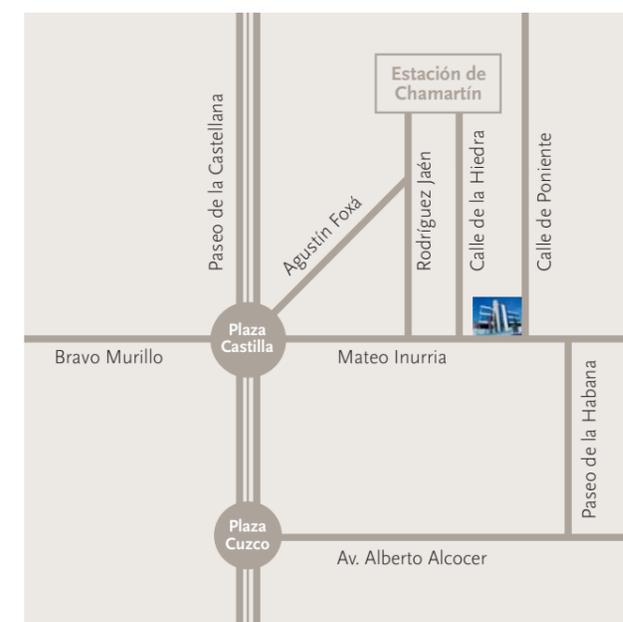
Centro de Proceso de Datos

El CPD es el servicio encargado de mantener la estructura informática de ESADE, tanto a nivel de investigación y docencia como a nivel de administración y servicios. Está en funcionamiento desde las nueve de la mañana hasta las dos de la madrugada, y además de los equipos informáticos (tres ordenadores centrales, más de cuatrocientos ordenadores personales) ofrece un excelente servicio de asesoramiento en adquisición de hardware y software.

Servicio de Carreras Profesionales

El servicio de Carreras Profesionales no está disponible para los participantes del Programa Executive MBA.

Sin embargo, aquellos participantes que tengan su propia empresa o bien que al finalizar el programa presenten una carta de la empresa que les ha esponsorizado expresando su conformidad a ESADE, podrán utilizar dicho servicio.



La Asociación de Antiguos Alumnos

LAS RELACIONES QUE LOS PARTICIPANTES DEL EXECUTIVE MBA ESTABLECEN DURANTE EL PERÍODO DE ESTUDIOS EN ESADE NO TERMINAN EN LA GRADUACIÓN. DE ELLO SE ENCARGA LA ASOCIACIÓN DE ANTIGUOS ALUMNOS DE ESADE, QUE MANTIENE UNA ESTRECHA RELACIÓN CON LA INSTITUCIÓN. ACTUALMENTE, LOS MÁS DE 20.000 ANTIGUOS ALUMNOS DE ESADE UTILIZAN LA ASOCIACIÓN COMO EL MEJOR MEDIO PARA MANTENERSE EN CONTACTO, TANTO A NIVEL PERSONAL COMO A NIVEL PROFESIONAL Y ACADÉMICO. LA ASOCIACIÓN DE ANTIGUOS ALUMNOS MANTIENE DESDE SU FUNDACIÓN UNA ESTRECHA RELACIÓN CON ESADE Y ES MIEMBRO DEL PATRONATO DE LA FUNDACIÓN ESADE. ADEMÁS, LA ASOCIACIÓN OFRECE UN NÚMERO CONSIDERABLE DE BECAS A LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE ESADE.

Objetivos de la Asociación

Los objetivos de la Asociación son: mantener la competencia profesional de los antiguos alumnos, favorecer las relaciones sociales entre ellos y orientarlos en el desarrollo de sus carreras profesionales, manteniendo una estrecha colaboración con ESADE.

Servicio de Carreras Profesionales

La Asociación orienta a sus asociados en todo lo referente a la trayectoria de sus respectivas carreras profesionales. Regularmente organiza sesiones en las que los participantes reciben dicho asesoramiento y orientación profesional. Además, ofrece información permanente sobre las oportunidades profesionales de interés para los asociados.



Grupos profesionales

En este apartado se incluyen diversas actividades de carácter sectorial y funcional creadas para promover el intercambio y la actualización de información de los asociados. En la actualidad, existen diferentes grupos de interés: Control de Gestión, Aula Tributaria, Marketing Forum, Club de Recursos Humanos, Club de Gestión Pública, ONL, Club de Turismo y el Network de Consultores, entre otros.

Formación continuada

Para favorecer la actualización de la formación de los asociados y atender sus intereses específicos, la Asociación organiza, en colaboración con el Centro de Desarrollo Directivo de ESADE (CDD), diversos programas exclusivos. Estos programas constituyen el marco idóneo para la reflexión y la consiguiente génesis de nuevas ideas útiles para el desempeño profesional de los asociados. Además, los asociados disfrutan de ventajas especiales en los programas y actividades del Centro de Desarrollo Directivo y de la escuela de Idiomas de ESADE.



Actividades sociales y culturales

Fuera del ámbito estrictamente profesional, la Asociación organiza encuentros en los que fomenta la relación entre sus miembros abordando temas de índole tanto social como cultural.

La comunicación con los socios

Es tarea relevante de la Asociación de Antiguos Alumnos mantener informados a sus asociados sobre todas las actividades realizadas en su seno y de los servicios que les ofrece. Para ello, dispone de los siguientes instrumentos:

- La revista de la Asociación con un tiraje superior a 20.000 ejemplares que, además de informar de los actos organizados por la Asociación, publica artículos de interés e información de las actividades de ESADE.
- La web de la Asociación permite no sólo comunicar actividades y servicios sino que, además, fomenta la participación de los socios tanto a través de los distintos foros como del correo electrónico. Asimismo, ofrece la posibilidad de acceder al listado de las últimas ofertas de trabajo recibidas en el servicio de Carreras Profesionales.
- Un folleto quincenal donde se detallan las actividades de la Asociación.



Admisión del Executive MBA

LA OFICINA DE ADMISIONES MBA DE ESADE TIENE POR OBJETO FACILITAR INFORMACIÓN SOBRE EL EXECUTIVE MBA Y GESTIONAR LAS DIVERSAS FASES DEL PROCESO DE ADMISIÓN. PERIÓDICAMENTE ORGANIZA SESIONES INFORMATIVAS PARA LAS PERSONAS INTERESADAS EN EL PROGRAMA. LOS ASISTENTES TIENEN, ASÍ, UNA EXCELENTE OPORTUNIDAD PARA ACLARAR SUS DUDAS SOBRE EL EXECUTIVE MBA Y SU PROCESO DE ADMISIÓN, Y TAMBIÉN PARA INTERCAMBIAR OPINIONES CON PROFESORES RESPONSABLES DEL PROGRAMA. LOS CANDIDATOS QUE DESEEN INICIAR EL PROCESO DE ADMISIÓN AL EXECUTIVE MBA DEBERÁN POSEER UNA TITULACIÓN UNIVERSITARIA SUPERIOR Y TENER UN MÍNIMO DE CINCO AÑOS DE EXPERIENCIA PROFESIONAL. TAMBIÉN ES REQUISITO PARA INICIAR EL PROGRAMA QUE LOS CANDIDATOS TENGAN UN NIVEL *BUSINESS* DE INGLÉS.



PROCESO DE ADMISIÓN

El proceso de admisión es continuo, con diversas convocatorias anuales, por lo que es aconsejable que las personas interesadas en el Programa inicien este proceso lo antes posible. De este modo, el Comité de Admisiones evalúa las solicitudes presentadas y la posible concesión del número de plazas disponibles, con tiempo suficiente para que el candidato, en caso de ser admitido, tome una decisión y realice los trámites necesarios para su incorporación definitiva al Programa.

El proceso de admisión consta de diferentes fases:

- 1 Presentación de la Solicitud de Admisión**
complimentada y documentos requeridos, detallados en la misma".
- 2 Presentación a la prueba de admisión**
Los candidatos pueden optar por una de las dos opciones siguientes:

- Test de Admisión propio de ESADE. Esta prueba valora la capacidad de análisis cuantitativo, la comprensión verbal y el ritmo de aprendizaje del candidato y permite predecir las aptitudes del mismo, su potencial de desarrollo y su adecuación al Executive MBA de ESADE. La experiencia acumulada a lo largo de más de dos décadas demuestra que existe una elevada correlación entre los resultados de esta prueba y el futuro éxito académico de los candidatos.
- GMAT (Graduate Management Admission Test). Se acepta en sustitución del Test de Admisión propio de ESADE y se efectúa en inglés. Los candidatos que opten por esta alternativa encontrarán información en la Solicitud de Admisión adjunta.

3 Acreditación del nivel de inglés y/o presentación a la prueba de idioma de ESADE

Para acreditar el nivel de inglés requerido, el candidato puede presentar una acreditación de nivel reconocida internacionalmente, o bien realizar un Test de Idioma en ESADE, coincidiendo con la fecha de realización del Test de Admisión.

4 Carta de la empresa

El candidato deberá aportar una carta de su empresa con los datos que se indican en la Solicitud de Admisión.

5 Entrevista con un miembro del Comité de Admisiones de ESADE

Los candidatos preseleccionados deberán realizar una entrevista personal con un miembro del Comité de Admisiones.

En el plazo máximo de un mes a partir de la finalización del proceso de admisión descrito, el candidato recibirá notificación del Comité de Admisiones.

La valoración de la Solicitud de Admisión al Programa de cada candidato se inicia únicamente a partir del momento en que se dispone de toda la información necesaria: documentación requerida, resultado del Test de Admisión de ESADE o, en su caso, del GMAT, y resultado de la entrevista personal. Dicha valoración es el resultado de la evaluación conjunta de los diferentes requisitos.

La admisión final es consecuencia de la posición que otorga la valoración global del expediente del candidato con relación al conjunto de candidatos y al total de plazas disponibles.

Para mayor información sobre el proceso de admisión al Programa, los interesados pueden dirigirse a:



Oficina de Admisiones MBA

Mateo Inurria, 27
28036 Madrid
Tel. +34 91 359 77 14
Fax +34 91 703 00 62
esade.madrid@esade.edu
www.esade.edu



PRODUCCIÓN Bassat, Ogilvy & Mather
DISEÑO GRÁFICO Cosmic
IMPRESIÓN Crisp 3
PAPEL Splendorgel Extra White 140 gr
FOTO PORTADA F. Ontañón/Cetty Images/Image Bank





Mateo Inurria, 27
28036 Madrid
Tel. +34 91 359 77 14
Fax +34 91 703 00 62
esade.madrid@esade.edu
www.esade.edu

