

MÁSTER UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS/ MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION-MBA

PERFILES FUNDAMENTALES DE EGRESO

Los perfiles de egreso son todos de carácter profesional. Dada la amplitud del título, que cubre todas las áreas funcionales de la empresa, los egresados están capacitados para trabajar en departamentos de marketing y de gestión de la producción, así como en departamentos financieros y todos aquellos relacionados con la planificación y gestión general de la empresa. Los perfiles más comunes se refieren a las siguientes funciones:

- Consultoría de gestión
- Gestión de operaciones
- Ventas y desarrollo de negocios
- Finanzas y auditoría
- Marketing, comunicaciones y relaciones públicas
- Gestión de recursos humanos
- Gestión de compras y de la cadena de suministros

Además, los egresados están capacitados para desarrollar su propio proyecto de emprendimiento.

En cada una de estas áreas, el grado de responsabilidad depende en gran medida de la experiencia profesional previa del egresado. Así, en los casos en los que el egresado vuelve a integrarse en la misma función en la que había estado trabajando antes del MBA, el nivel de responsabilidad que puede asumir es más alto y puede variar entre niveles de dirección baja o media. Por el contrario, en los casos en los que el egresado está cambiando de función o de sector de actividad, el nivel de responsabilidad que puede asumir inicialmente se encuadraría dentro de un perfil de especialista "senior". El nivel de responsabilidad que pueden asumir depende asimismo del tamaño de la empresa, puesto que en grandes empresas es habitual que el nivel de responsabilidad inicial sea algo más bajo.

Conocimientos o contenidos (Knowledge)

- K01. El titulado o titulada conocerá los métodos estadísticos que permiten analizar y presentar datos internos de las empresas y datos externos del mercado con el fin de ayudar en la toma de decisiones para la administración de empresas.
- K02. El titulado o titulada podrá identificar y explicar los factores psicológicos que determinan la eficacia del liderazgo de las personas en la empresa, así como la motivación de los empleados con el fin de mejorar los resultados económicos y la satisfacción de los empleados.
- K03. El titulado o titulada podrá caracterizar desde un punto de vista de eficiencia y maximización de beneficios las decisiones de producción y de fijación de precios de las empresas en función del entorno de mercado en el que están compitiendo.

- K04. El titulado o titulada podrá identificar y describir los diferentes tipos de estrategias que pueden seguir las empresas para alcanzar mejores resultados económicos en los mercados, teniendo en cuenta factores éticos, tecnológicos y de sostenibilidad.
- K05. El titulado o titulada podrá explicar las características que debe tener un plan estratégico para favorecer el desarrollo exitoso de un proyecto de emprendimiento.
- K06. El titulado o titulada podrá definir las variables contables que permiten evaluar la situación financiera de la empresa en un momento de tiempo y su desempeño en un intervalo de tiempo determinado.
- K07. El titulado o titulada podrá definir y explicar los criterios que puede utilizar una empresa para valorar la idoneidad de sus inversiones y de sus decisiones relativas a la estructura de capital.
- K08. El titulado o titulada sabrá identificar y describir las técnicas de análisis de mercado y las estrategias de marketing que debe utilizar una empresa en función del entorno de mercado en el que esté compitiendo.
- K09. El titulado o titulada podrá identificar y explicar las estrategias y métodos de gestión de la calidad que puede seguir una empresa para conseguir una mejora continua, así como las estrategias de producción en las que estos se integran.

Habilidades o destrezas (Skills)

- S01. El titulado o titulada será capaz de analizar críticamente varias estrategias que pueda adoptar una empresa para competir en el mercado, discutir sus ventajas e inconvenientes, y proponer una elección de estrategia razonada en base a este análisis y discusión.
- S02. El titulado o titulada será capaz de plantear en términos matemáticos un problema de inversión, financiación, marketing o gestión de la producción y en base a este planteamiento obtener una propuesta de solución basada en una demostración matemática.
- S03. El titulado o titulada será capaz de analizar bases de datos complejas utilizando métodos estadísticos y econométricos especializados de forma a ayudar en la comprensión de un problema de gestión o en su resolución.
- S04. El titulado o titulada será capaz de relacionar los aspectos económicos, psicológicos y éticos que son relevantes al tomar una decisión estratégica o táctica en cualquiera de las áreas funcionales de la empresa.
- S05. El titulado o titulada será capaz de discutir las consecuencias de una decisión estratégica o táctica tomada en una de las áreas funcionales de la empresa puede tener sobre otras áreas funcionales y evaluar las consecuencias de la decisión sin limitarse a sus aspectos más directos.
- S06. El titulado o titulada será capaz de analizar críticamente los efectos a corto, medio y largo plazo de las decisiones que pueda tomar una empresa en sus diferentes áreas funcionales, evaluando los aspectos positivos y negativos que pueden darse en cada horizonte temporal.
- S07. El titulado o titulada será capaz de comunicar oralmente, de forma clara y efectiva, los resultados de un estudio en el ámbito de la

administración de empresas, razonando sus conclusiones de forma crítica.

- S08. El titulado o titulada será capaz de comunicar por escrito, de forma clara y convincente, los resultados de un estudio en el ámbito de la administración de empresas, razonando sus conclusiones de forma crítica.

Competencias (Competences)

- C01. El titulado o titulada podrá llevar a cabo un análisis de mercado para un producto o línea de productos, diseñar la estrategia de marketing acorde con los resultados obtenidos y hacer un seguimiento de la estrategia aplicando las correcciones necesarias a lo largo del tiempo con el fin de alcanzar los objetivos de marketing previamente fijados.
- C02. El titulado o titulada realizará los análisis necesarios para la toma de decisiones de inversión y para la valoración de fuentes de financiación alternativas, teniendo en cuenta los aspectos tanto estratégicos como tácticos y las consecuencias de dichas decisiones para la ejecución de la estrategia general de la empresa.
- C03. En el contexto de un departamento de producción u operaciones, el titulado o la titulada diseñará la estrategia de producción más adecuada desde el punto de vista de la eficiencia económica y de la gestión de la calidad, de forma a contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la empresa, y de implementar las decisiones tácticas necesarias para la implementación de estas estrategias.
- C04. El titulado o la titulada implementará las políticas de recursos humanos que mejor se adapten a la estrategia general de la empresa y puedan contribuir a la mejora de sus resultados económicos, siguiendo criterios económicos, psicológicos y éticos.
- C05. El titulado o titulada elaborará un plan de negocio para un producto o línea de productos, basándose en un estudio de mercado que orientará la estrategia de marketing y la estrategia general de la empresa, integrando un análisis completo de su viabilidad financiera.
- C06. El titulado o titulada liderará un equipo de personas para la consecución de objetivos de tipo comercial, financiero o productivo, asegurando el reparto de tareas, el trabajo en equipo y la organización temporal de las metas del proyecto necesarias para el cumplimiento de los plazos acordados.
- C07. El titulado o titulada explicará las decisiones estratégicas y tácticas de su departamento o empresa y expondrá los resultados obtenidos ante audiencias de diferente índole, como superiores jerárquicos, clientes, proveedores, accionistas, acreedores, o representantes sindicales.

Knowledge or content

- *K01. The graduate will know the statistical methods that are necessary for conducting the analysis and presentation of internal company data and external market data in order to help with the decision-making process for business administration.*
- *K02. The graduate will be able to identify and explain the psychological factors that determine the effectiveness of the leadership in the context of companies, as well as employees' incentives to improve economic results and employee satisfaction.*
- *K03. The graduate will be able to characterize, from a point of view of efficiency and profit maximization, the production and pricing decisions of companies based on the market environment in which such companies are competing.*
- *K04. The graduate will be able to identify and describe the different types of strategies that companies can follow to achieve better economic results in the market, taking into account ethical, technological, and sustainability factors.*
- *K05. The graduate will be able to explain the characteristics that a strategic plan must have to favor the successful development of an entrepreneurial project.*
- *K06. The graduate will be able to define the accounting variables that are necessary for the evaluation of the financial situation of the company at a given point in time and its performance during a certain period of time.*
- *K07. The graduate will be able to define and explain the criteria that a company can use to assess the suitability of its investment and capital structure decisions.*
- *K08. The graduate will know how to identify and describe market analysis techniques and marketing strategies that a company should use according to the market environment in which it is competing.*
- *K09. The graduate will be able to identify and explain the strategies and methods of quality management that a company can follow to achieve continuous improvement, as well as the production strategies in which these are integrated.*

Abilities or skills

- *S01. The graduate will be able to critically analyze various strategies that a company may adopt to compete in the market, discuss their advantages and disadvantages, and propose a reasoned choice of strategy based on this analysis and discussion.*
- *S02. The graduate will be able to translate a problem of investment, financing, marketing or production management into mathematical terms and, based on this approach, obtain a solution proposal based on a mathematical demonstration.*
- *S03. The graduate will be able to analyze complex databases using specialized statistical and econometric methods in order to help the company to understand a management problem or provide insights regarding its resolution.*
- *S04. The graduate will be able to relate the economic, psychological, and ethical aspects that are relevant when making a strategic or tactical decision in any of the functional areas of the company.*
- *S05. The graduate will be able to discuss the consequences of a strategic or tactical decision taken in one of the functional areas of the company and the consequences that this may have for other functional areas without limiting discussion to the direct aspects, but also being able to evaluate the indirect effects.*

- *S06. The graduate will be able to critically analyze the short, médium, and long-term effects of the decisions that a company can make in its different functional areas, evaluating the positive and negative aspects that may take place in the short-, mid- or long-run.*
- *S07. The graduate will be able to communicate orally, clearly and effectively, the results of a study in the field of business administration, by providing critical arguments and coherent conclusions.*
- *S08. The graduate will be able to communicate in writing, clearly and convincingly, the results of a study in the field of business administration, by providing critical arguments and coherent conclusions.*

Competences

- *C01. The graduate will be able to carry out a market analysis for a product or line of products, design the marketing strategy in accordance with the results obtained, and monitor the strategy by applying the necessary adjustments over time in order to achieve the marketing objectives previously set.*
- *C02. The graduate will be able to carry out the necessary analyzes to make investment decisions and evaluate the different financing alternatives, taking into account both strategic and tactical aspects and the consequences of such decisions for the execution of the general strategy of the company.*
- *C03. In the context of a production or operations department, the graduate will be able to design the most appropriate production strategy from the point of view of economic efficiency and quality management with the aim of contributing to the achievement of strategic objectives of the company. The graduate will also be able to implement the necessary tactical decisions for the implementation of these strategies.*
- *C04. The graduate will be able to implement human resource policies that best adapt to the general strategy of the company and can contribute to the improvement of its economic results, following economic, psychological, and ethical criteria.*
- *C05. The graduate will be able to prepare a business plan for a product or line of products, based on a market study that will guide the marketing strategy and the general strategy of the company, integrating a complete analysis of its financial viability.*
- *C06. The graduate will be able to lead a team of people to achieve commercial, financial or productive objectives, ensuring the distribution of tasks, teamwork, and the temporary organization of the project's goals necessary to meet the established deadlines.*
- *C07. The graduate will be able to explain the strategic and tactical decisions of the department or company and present the results obtained in front of audiences of different kinds, such as hierarchical superiors, clients, suppliers, shareholders, creditors, or union representatives.*