

Guía Especial MBA '09 '10

Es fácil que cunda el desánimo ante la maltrecha economía mundial y un mercado laboral en el que ni siquiera los jóvenes de mayor talento atisban oportunidades. Lo lógico en esta coyuntura sería que el número de matriculaciones en los MBA se hubieran reducido hasta niveles críticos. Pero nada más lejos de la realidad. Muchas escuelas de negocio viven un inesperado boom a consecuencia del gran número de profesionales que buscan una formación exclusiva que les coloque en la mejor situación para cuando vuelvan vientos favorables en el empleo cualificado. Profundizamos en esta guía en todo lo concerniente a realizar estudios MBA en una escuela de negocios, desde los conceptos básicos, su historia y su futuro, hasta las claves para elegir y aprovechar al máximo esta experiencia académica tan lucrativa. También hemos realizado una amplia selección de los MBA más destacados....

Definición de MBA

Tipos de MBA: muchas posibilidades

"Sin un MBA es imposible convertirse en analista de inversiones o consultor sénior"

Pasado, Presente y Futuro de la Formación MBA y Ejecutiva

Sobre el Currículum: qué se estudia en un MBA

Acreditaciones MBA: calidad ante todo

GMAT y GRE: la prueba que no engaña

Claves y Consejos para enfocar el MBA

Formación Ejecutiva de la A a la Z

Hitos de la educación empresarial y ejecutiva (1872-2009)

Listado de Escuelas y Programas MBA

Definición de MBA

Resulta difícil encontrar una vía de acceso más directa a la élite económica de la sociedad. Al menos eso es lo que en principio la mayoría espera de este programa. 'MBA' es el acrónimo de 'Master in Business Administration', término que traducido al español significa 'Máster en Administración de Empresas', o 'Dirección de Empresas' como otros prefieren denominarlo. El uso generalizado de la acepción inglesa viene dado por su origen anglosajón -más concretamente estadounidense-, aunque también por el marcado carácter internacional que suele acompañar a este tipo de programas.

Dirigido a titulados universitarios y profesionales altamente cualificados que quieren o necesitan capacitarse para ocupar puestos de responsabilidad dentro de las organizaciones, el MBA tiene como objetivo transmitir un sólido conocimiento en el terreno de la gestión empresarial, así como, las habilidades necesarias para asumir con solvencia las distintas funciones de dirección, ya sea en un área determinada o en la propia dirección general. En este sentido, el enfoque práctico constituye una prioridad para cualquier MBA. Es, además, su carácter 'generalista' y 'multidisciplinar' otro de sus rasgos distintivos. De lo que se trata es de que los alumnos conozcan las áreas financiera, de marketing y comercial, logística, de recursos humanos, de producción y el área de dirección general, todas o también con especial énfasis en alguna/s de ellas, al tiempo que desarrollen capacidad analítica para la toma de decisiones y otras competencias en aspectos relacionados con el liderazgo, la gestión de personas o el uso de herramientas cuantitativas.

Concretamente, las materias básicas de un MBA clásico son las siguientes: Contabilidad Financiera ('Financial Accounting'), Contabilidad de Gestión o Directiva ('Managerial Accounting'), Comportamiento Organizativo ('Organizational Behaviour'), Política de Negocio/Estrategia ('Business Policy/Estrategy'), Métodos Cuantitativos/Estadísticas ('Quantitative Methods'/'Statistics'), Microeconomía ('Microeconomics'), Macroeconomía ('macroeconomics'), Finanzas ('Finance'), Dirección Operativa ('Operations'), Marketing. Asimismo, otras materias que habitualmente se incluyen en este tipo de máster: Finanzas Corporativas ('Corporate Finance'), Modelos de Decisión ('Decision Models'), Liderazgo ('Leadership') y, últimamente, Ética ('Ethics').

Tal es su amplitud, que la mayoría de programas contemplan una carga lectiva de al menos 600 horas, siendo un curso académico el tiempo mínimo necesario para completarlo, incluso no es extraño encontrar MBAs de 18 meses y hasta 2 años de duración -algo muy común en Estados Unidos-. En estos casos la carga lectiva superaría las mil horas.

Tipos de MBA: muchas posibilidades

Si algo caracteriza a las Escuelas de Negocio es, sobre todo, su gran capacidad para adaptarse a la cambiante realidad social y económica. El MBA tradicional nació para preparar a los profesionales más brillantes en la tarea de dirigir y gestionar empresas. Pero las necesidades de los directivos y de las empresas ha evolucionado, al tiempo que la función directiva ha aumentado en complejidad. Pronto se dieron cuenta las escuelas que ya no era suficiente el programa tradicional o 'MBA Full Time'. Que era necesario revisarlo y adaptarlo para dar respuesta a muy variadas problemáticas y perfiles en el área de la dirección. Aquí le presentamos todas las versiones de este tipo de programas de formación ejecutiva.

Por Fermín Gómez

MBA Full Time - Master in Management - MBA Part Time - Executive MBA - Global MBA - MBAs especializados - Programas Superiores para directivos - MBA 'Mini' - MBA *online* - MBA Oficial



Un siglo de vida ha sido suficiente para encumbrar al MBA como programa de postgrado más importante del mundo, pero también para evolucionar desde un único tipo de programa muy concreto hasta la amplia variedad que existe actualmente. La metodología, el calendario o el lugar donde se imparten las clases son rasgos a partir de los cuales es posible establecer diferencias entre los distintos programas. A estos hay que sumar nuevas tipologías de programas para directivos, las cuales no siempre se pueden considerar MBAs propiamente dichos aún compartiendo mucha de la temática.

Dado el masivo éxito del MBA, la evolución de estos programas se ha dirigido a cubrir, primero en sentido amplio, las distintos desafíos de la función directiva en lo que a formación se refiere y, luego más en particular, las necesidades concretas de los distintos colectivos interesados en esta clase de programas. A fin de cuentas, un directivo con amplia experiencia laboral no tiene el mismo bagaje ni los mismos objetivos que un recién licenciado que sólo aspira a tener una primera experiencia en puestos de gestión. Mezclar perfiles profesionalmente tan distantes es un sinsentido que puede acarrear consecuencias nefastas en la calidad y reputación académica, aparte de la oportunidad de negocio que se deja escapar.

De ello pronto fueron conscientes muchas escuelas de negocio y, de ese modo, buscaron en la diversificación de su oferta una solución que con el tiempo se demostraría totalmente acertada. No en vano, lo anterior es sólo parte de un amplio proceso de especialización en el que las escuelas de negocio también han tenido en cuenta las sustanciales diferencias existentes entre los distintos sectores económicos (distribución, sanitario, tecnológico, industrial, etc.) en cuanto a necesidades formativas se refiere.

En definitiva, resulta en estos momentos imposible articular un único programa (MBA) que aglutine todos los conocimientos y habilidades requeridos para la función directiva. Cierto que hay una serie de materias y competencias básicas comunes a todos los programas que pretendan llamarse MBA, si bien la compleja realidad económica y empresarial que vivimos exige diferencias en el fondo, en el contenido curricular, aunque también diferencias en la forma y así adaptar los programas a cuestiones como la disponibilidad horaria, la distancia o, incluso, el poder adquisitivo.

Hoy en día, así pues, existe una amplia variedad de propuestas relativamente especializadas en diferentes áreas de conocimiento, pero, sobre todo, en el tipo de información que imparten.

MBA Full-Time

El MBA Full-Time, anglicismo que significa literalmente 'Máster en Administración de Empresas a Tiempo Completo', es, por así decirlo, el programa original. Fue, de hecho, el primer curso de postgrado especializado en educación ejecutiva.



Nada menos que 100 años de historia arrastra el 'primogénito' de las escuelas de negocio y lo más sorprendente es que todavía hoy, con lógicos ajustes, sigue mostrándose tan vigoroso como el primer día.

En contraposición a los másters especializados, el MBA 'Full Time' se caracteriza por su enfoque 'generalista' -el más generalista de los MBA- y eminentemente práctico. Es, por tanto, un programa multidisciplinar, que aborda un amplio rango de materias, desde economía y finanzas hasta marketing, ventas, estrategia corporativa o análisis contable, sin dejar de lado también aspectos prácticos o habilidades imprescindibles para cualquier directivo como son la negociación, el liderazgo, la gestión de personas o la toma de decisiones.

Frente al resto de MBAs (del que derivan), el MBA 'Full Time' tiene la particularidad de requerir del alumno dedicación exclusiva. Las clases ocupan prácticamente todo el día (entre 5 y 7 horas), por lo menos cinco días a la semana y, en algunos casos, con actividades complementarias de fin de semana. En suma, el programa completo normalmente supera las 900 horas lectivas, siendo 1.200 la carga horaria de los programas más extensos, y eso sin contar los 'deberes', es decir, la ingente carga de trabajo 'extraescolar' que siempre acompaña a este tipo de programas y que ocupará una parte muy sustancial del tiempo libre del estudiante.

Tantas horas resulta imposible condensarlas en periodos inferiores a un año. Las dos zonas geográficas de mayor tradición en educación ejecutiva, ante tal circunstancia, han seguido caminos distintos de cara a diseñar sus programas. Tanto es así que ahora podemos hablar de dos modelos opuestos. Por un lado, las escuelas de Estados Unidos proponen un modelo de MBA Full Time de 2 años. El primer año académico servirá a los alumnos para obtener una perspectiva amplia y general de la economía y de todas las áreas propias de la actividad de dirección, mientras que el segundo servirá para profundizar en áreas específicas o aquellos campos que más interés despierten en cada alumno.

Por su parte, las escuelas europeas (y también las asiáticas) han apostado más decididamente por un modelo de MBA Full Time de un año. Claro que esta distinción no debe entenderse en sentido estricto y más ahora que el contacto y grado de colaboración entre las escuelas ha alcanzado niveles muy elevados, aún estando radicadas en continentes distintos. Así, hace años que algunas escuelas estadounidenses de primera línea disponen de programas de año completo o también llamados 'Accelerated MBA', aparte de su 'imprescindible' MBA de dos años. Por contra, también encontramos ejemplos notorios de escuelas europeas con programas de año y medio, incluso de dos años. El cotizadísimo MBA Full Time del IESE, sin ir más lejos, dura 21 meses y 18 meses el MBA de ESADE, aunque en el caso de esta conocida escuela española el candidato también podría optar a un programa full time de 12 meses. El IE se decanta por programas de un año, si bien, en el caso del MBA Full Time dirigido a titulados con poca o ninguna experiencia laboral opta por un programa de dos años. Asimismo, en Reino Unido encontramos ejemplos puntuales de MBAs -como el impartido por London Business School y el de Birmingham Business School- cuyos programas lectivos rondan los 18, incluso los 24 meses, en línea con el modelo estadounidense.

Uno o dos años. ¿Quién se llevará el gato al agua? Los MBA de dos años han partido con mucha ventaja pues, no en vano, esa es la duración que tenía la oferta lanzada en EEUU durante la primera mitad y buena parte de la segunda mitad del SXX. Es un patrón que siguen respetando las grandes escuelas de aquel país. Pero los MBAs de un año dominan en Europa y están expandiéndose con gran éxito en EEUU. Según una reciente encuesta realizada por TopMBA.com, este año por primera vez el modelo de MBA de un año va a ser más demandado que el de dos años, al menos un 10% por encima. El MBA de un año se está revelando más competitivo y más ajustado a una realidad profesional que no perdona a aquellos que permanecen demasiado tiempo fuera del mercado laboral.

Programas tan extensos y con semejante horario, lógicamente, limitan considerablemente el tipo de personas en disposición de realizarlos, lo cual además determina su contenido y, más allá, el diseño académico al completo. Concretamente, el perfil estándar del MBA Full Time responde a un recién licenciado o a un profesional cualificado con escasa experiencia laboral (tres años). Son éstos, a fin de cuentas, los más dispuestos a abandonar su puesto de trabajo durante, al menos, un año, si con ello esperan dar un fuerte impulso a su carrera. Tampoco es habitual que tengan responsabilidades familiares ya que, (aparte del 'inconveniente' económico), tan larga jornada de trabajo obliga muchas veces a vivir cerca o en el mismo campus. Es la experiencia profesional, en definitiva, un aspecto secundario. Bien al contrario, en los procesos de selección de candidatos para los MBA Full Time el expediente académico suele ser más determinante, a igual que las pruebas de capacidad y la entrevista personal.

También en el aspecto de la experiencia laboral, encontramos una pequeña aunque esencial diferencia entre Estados Unidos y Europa. Y es que los MBA Full Time de 2 años en EEUU van dirigidos a estudiantes recién licenciados sin ninguna experiencia. Así, en para seleccionar candidatos son el expediente académico y la nota en las pruebas de capacidad. Por el contrario, los MBA Full Time europeos se dirigen a candidatos que acrediten cierta experiencia. La experiencia, el expediente y las pruebas de capacidad sirven todos como referencia para seleccionar a su alumnado.

De manera excepcional, existen también algunos MBAs Full Time dirigidos a ejecutivos con amplia experiencia y elevadas retribuciones. Es éste un tipo de programa muy escaso si bien lo ofrecen algunas escuelas europeas como Oxford-Said, IESE, London Business School o INSEAD. Son, en definitiva, instituciones de máximo prestigio las únicas capaces de atraer este alumno tan especial pese al inconveniente y riesgo que supone para ellos interrumpir temporalmente su carrera profesional.

Master in Management

Nacidos al amparo de los MBA, los Master in Management (MIM) guardan grandes similitudes con los primeros, aunque se encuentran en una categoría ligeramente distinta en términos académicos. Si bien la temática que abarcan es muy similar, sí existen diferencias en el tipo de alumno que captan. Y es que, a diferencia de los MBA -donde la experiencia laboral, al menos en Europa, es un factor a tener en cuenta- los máster en gestión están principalmente dirigidos a estudiantes recién licenciados. En estos casos se trata de atender la demanda de las empresas, que también necesitan trabajadores jóvenes sin experiencia aunque con buenos conocimientos en dirección.

Aunque todavía no es un programa tan extendido como el MBA, cada vez más estudiantes europeos se decantan por este curso según salen de la universidad. Y es que de momento las escuelas de negocio estadounidenses y anglosajonas en general se niegan a aceptar que el MIM sea equiparable al máster en gestión administrativa. La Europa continental, sin embargo, sí está apostando de una manera decidida por el Máster in Management aunque el objetivo no es rivalizar con su 'hermano mayor'

Para dejar claras las diferencias. El MIM sirve para entrar en el mercado laboral y encontrar trabajo y el MBA para cambiar de trabajo o dar un giro a la carrera profesional.

Reconocida esta diferencia, es fácil entender por qué este tipo de programas no tienen mucho sentido en el sistema de enseñanza superior de Estados Unidos. Y es que ahí los MBA Full Time de dos años ya cubren ese nicho. Los estudios universitarios de grado en aquel país no profundizan en la dirección y gestión de empresas. Así, los que quieran orientar su carrera hacia dicha disciplina, lo habitual es que tal cual salen de la universidad se matriculen en un MBA Full Time de dos años. Este programa es, como si dijéramos, un paso más e ineludible para alcanzar una formación profesional suficiente en el campo de la gestión empresarial.

MBA Part Time

Las limitaciones inherentes a los MBA 'Full Time' fueron el germen para la aparición de nuevos tipos de MBA. Las escuelas de negocio no tardaron en darse cuenta de que si querían ampliar su público objetivo tendrían que acometer algunos cambios en el esquema clásico. Así fue como aparecieron el MBA 'Part Time' o MBA 'Profesional', como comúnmente se les denomina en España. Su principal ventaja estriba, como su acepción indica, en que no requieren dedicación exclusiva. Una diferencia muy simple pero de gran impacto ya que amplía enormemente el espectro de potenciales candidatos. De ahí su extraordinaria demanda.

Este tipo de master permite desarrollar una jornada de trabajo normal y, por tanto, aquellos que se decantan por este programa tienen la ventaja de que no pierden la fuente de ingresos ni interrumpen su proyección profesional. Los horarios se adaptan a las necesidades del alumno y, aunque las opciones y combinaciones en este sentido son numerosas, por lo general las clases se imparten los viernes por la tarde-noche y los sábados por la mañana. No es extraño que algunos también tengan puntuales actividades en domingo o sesiones vespertinas en días entresemana.

La posibilidad de compaginar trabajo y formación cambia ligeramente el tipo de estudiante que se decanta por este tipo de MBA. Por lo general son personas con un bagaje profesional superior (al menos 3 años de experiencia y una media de entre 3 y 5 años mayor). Claro que también tienen cabida en este programa el mismo tipo de candidato que accede a los 'MBA Full Time' -es decir, con escasa experiencia profesional-.

Al igual que en la versión Full Time, muchos son los que ven en este master una opción para dar un impulso cualitativo a su carrera, generalmente trabajadores con puestos de mando intermedio y expectativas de promoción. De hecho, en muchas ocasiones es la propia empresa quien subvenciona a sus empleados el total o parte del precio del curso, que varía entre los 15.000 y los 60.000 euros. Según datos recabados por AccessMBA, durante 2007 el 54% de los alumnos matriculados en un MBA 'Part Time' estaban subvencionados por su empresa, porcentaje que en Europa alcanza el 64%, el 58% en Norteamérica y sólo el 33% en Asia y Australia. La actual crisis económica mundial, y debido a los cortes en el gasto que han tenido que realizar muchas empresas, no cabe duda de que habrá hecho descender esta proporción.

Claro que eso de que a un alumno le financie su empresa es un arma de doble filo, pues como es lógico ésta va a exigir un compromiso de permanencia 'postmáster' y, lógicamente, tampoco va a estar dispuesta a que su patrocinado se beneficie de la bolsa de empleo de la escuela ni asista a sus siempre interesantes foros de empleo.

Un aspecto que hace especialmente 'populares' a los MBA 'Part Time' es sin duda su proceso de selección, pues aquí las escuelas de prestigio son -por lo general- menos exigentes que cuando se trata de acceder a su MBA 'Full Time'. Menos exigentes con el currículum académico y menos también con la puntuación del GMAT. Ante esta circunstancia, hay empresas que valoran el MBA 'Part Time' en menor medida que el MBA 'Full Time' y, por supuesto, menos que el MBA 'Executive'. Pero hay un mérito innegable que muchas empresas estiman muy positivamente, tal es la capacidad de sacrificio, trabajo y disciplina que demuestra una persona que compagina sus responsabilidades profesionales con la actividad académica.

600 horas lectivas tiene al menos un MBA 'Part Time'. Como es lógico, al poder dedicar menos horas lectivas por semana, la extensión temporal del curso ha de aumentar notablemente. Al final, el equivalente de un MBA 'Full Time' de 12 meses en su variante 'Part Time' necesitará

un mínimo de 16 meses y, de hecho, no es extraño encontrar programas con duraciones de 24 o más meses. El estudio individual constituye también una parte importante del programa a lo que hay que reservar al menos 15 horas por semana.

Ya en clave curricular, la diferencia fundamental con un MBA 'Full Time' estriba, generalmente, en un menor número de asignaturas optativas y el recorte de complementos como los viajes académicos o los proyectos en grupo.

Executive MBA

Tenemos por un lado los jóvenes profesionales con una alta cualificación -principalmente licenciados en empresariales- y expediente brillante, que, además, pronto empiezan a demostrar un gran talento para asumir funciones de gestión y dirección. También tenemos el importante colectivo de ingenieros y otros titulados en carreras técnicas y de ciencias que, ya ocupando puestos de responsabilidad, quieren progresar en la jerarquía directiva. Y asimismo están los directivos más veteranos que tarde o temprano se verán en la necesidad de reciclarse o, simplemente, ampliar sus conocimientos y competencias. Y es que si los MBA se han convertido en una condición *sine qua non* para los jóvenes que algún día quieran ocupar puestos directivos, no lo es menos para quienes pretendan mantenerse o proyectarse en la alta dirección.

Básicamente, el MBA 'Executive' es un MBA 'Part Time' (también los hay 'Full Time') aunque orientado a un perfil más ejecutivo, con mayor experiencia y madurez profesional y así, por lo pronto, es un programa con un diferente rasero en cuanto a requisitos de entrada. Como ocurre con el MBA 'Part Time', el GMAT y el TOEFL no son tan determinantes; por contra, la experiencia directiva, el aval de la empresa y las cartas de recomendación de directivos de prestigio son, en este caso, esenciales, como también es importante la experiencia del candidato acreditada en puestos de responsabilidad.

Los MBA 'Executive' o para ejecutivos se organizan casi siempre en un horario lectivo similar al de los 'Part Time', esto es, en clases de fin de semana (viernes y sábado, y a veces domingos). Claro que las exigencias y limitada disponibilidad de este tipo de alumno, ha propiciado la aparición de nuevas fórmulas más flexibles y originales. Los programas que combinan plataforma de enseñanza online y semanas residenciales son, en este sentido, un ejemplo muy señalado y que merecen capítulo aparte.

Diferencia en la forma pero también en el fondo. Un perfil de alumnado mucho más maduro en lo profesional exige un enfoque curricular diferente. Y no es que se aborden materias distintas. Lo que hace distinto al 'Executive' del 'MBA Part Time' -y también del 'MBA Full Time-, es el grado de profundidad que se alcanza en todas las áreas de estudio.

Los EMBA constituyen, en definitiva, la máxima expresión de la educación ejecutiva y en cierto sentido referente de la calidad académica de la escuela dentro del sector. Las escuelas de negocio son muy conscientes de lo mucho que se juegan -su reputación y quizá supervivencia, nada menos- y de ahí que destinen sus mejores docentes y los todos los medios a su disposición para ofrecer un 'producto' de gran altura y dirigido decididamente a los ejecutivos de gran proyección. Los precios, lógicamente, también están al alcance de muy pocos, aunque en este caso el factor económico es lo de menos.

Sirva como ejemplo el último ranking de los 25 MBAs para ejecutivos más cotizados del mundo elaborado por el rotativo económico 'Business Week'. Los EMBA de esta lista vienen a ser los mejores entre los mejores del mundo, o al menos los más exclusivos, y, así, también los más caros, con precios que en muchos casos superan los 100.000 dólares, algunos incluso por encima de los 120.000 dólares. 40.000 es precio mínimo para un EMBA de una escuela de reputación internacional. En cualquier caso, la dificultad aquí radica ante todo en superar los rigurosos filtros que las escuelas aplican a fin de seleccionar un alumnado muy cualificado.

Teniendo en cuenta que se trata de ejecutivos con años de experiencia en puestos de dirección y firmemente posicionados en la escala retributiva más elevada del mercado laboral, hay que decir que el pago de los honorarios del programa no constituye un problema

mayor. Pero es que, además, la mayoría de matrículas en este tipo de programas no son asumidas por los alumnos sino por sus empresas. El hecho de que sean programas dirigidos a altos cargos con largas trayectorias profesionales y además asentados en la empresa es lo que hace que éstas se muestren menos reacias a prestar ayuda económica. Según datos de ACCESS MBA, un 68% de los participantes en este tipo de programas recibe ayudas de las empresas donde trabajan. Al igual que ocurre en los MBA Part Time, las compañías europeas son las más generosas en este aspecto, subvencionando al 73% de aquellos de sus trabajadores matriculados en EMBA, seguidas de las norteamericanas, con un 66%, y de las asiáticas y australianas, con un 67%.

Global MBA

Algo más asentados entre las escuelas de negocios de tradición anglosajona, los Global MBA arrancaron hace relativamente poco en Europa. En España esta revolucionaria modalidad de formación ejecutiva todavía está en una fase inicial de desarrollo y no son muchos los centros que la incluyen dentro de su oferta. En esencia, consiste en llevar el concepto de 'enseñanza modular' a su máxima expresión, todo ello con un marcado carácter internacional (de ahí su denominación: 'Global') y gran protagonismo de las TICs. Es un concepto a medio camino entre formación online y presencial, ya que combina sesiones residenciales esporádicas en distintas ciudades o puntos del planeta con un plan de aprendizaje colectivo llevado a cabo a través de una plataforma o campus virtual.



La colaboración académica es otro aspecto que en los 'Global MBA' ha llegado a su máxima expresión. Es común en estos programas que varias escuelas compartan recursos, conocimiento, claustro docente y sedes para integrarlos en un solo programa mucho más atractivo y enriquecedor. Se trata, por tanto de programas conjuntos que no son propiedad exclusiva de una escuela sino de un consorcio. Hay ejemplos muy notables como la alianza 'Trium', conformada por HEC Paris, London School y New York U Stern, la alianza OneMBA, conformada por EGADE, Rotterdam School y otras tres escuelas de América, Europa y Asia, o los programas conjuntos de Kellogg y Hong Kong UST Business School, uno de los más reputados del mundo, el EMBA Global de Columbia y London BS. Por supuesto, hay otras escuelas que por el contrario apuestan por programas globales impartidos en exclusiva, como IESE o IE.

Es evidente que en este tipo de programas el alumno puede elegir entre una mayor variedad de disciplinas o campos del saber y, además, aprender de primeras figuras en la materia, con un profesorado mucho más variado y multinacional y, todo ello, disfrutando de estancias académicas en varias ciudades o países que a buen seguro ampliará su visión y conocimiento de los negocios internacionales. Además, por lo general el alumno tiene en los Global MBA gran libertad para decidir su propio itinerario formativo.

Al igual que en los programas 'Executive' y 'Part Time', el alumno puede permanecer plenamente activo en su puesto de trabajo. Por lo general los Global MBA van dirigidos a ejecutivos con larga experiencia en puestos de dirección -al menos 6 años- y acostumbrados a trabajar en entornos plenamente internacionalizados. No obstante, también están saliendo al mercado algunos 'Global MBA' dirigidos a profesionales junior y directivos medios que pretenden proyectarse hacia puestos directivos en entornos internacionales.

Al basar gran parte de la experiencia laboral en el medio telemático, ni siquiera es necesario que el alumnado resida en la misma ciudad. De hecho, es muy habitual en los Global MBAs que una sola promoción reúna un amplio espectro de nacionalidades y culturas, separados unos de otros por cientos y a menudo miles de kilómetros. Lógicamente, el inglés cobra aquí un enorme protagonismo, siendo la lengua vehicular por excelencia.

Internet es terreno propicio para un Global MBA. El contacto entre alumnos y profesores se realiza fundamentalmente a través de este medio. Para ello las escuelas ponen a disposición del alumno un paquete tecnológico con software y una plataforma de e-learning específico de acceso restringido aunque disponible desde cualquier lugar del mundo con conexión a Internet. Las sesiones residenciales sirven para 'humanizar' la experiencia educativa y profundizar en determinadas materias que se han abordado previamente el campus virtual. Al tiempo, servirá para estrechar lazos entre el alumnado y así reforzar la red de contactos, algo esencial en este tipo de formación. Los periodos residenciales suelen llevarse a cabo en distintas capitales internacionales, a veces incluso en diferentes continentes.

El concepto de 'Global MBA' ha cosechado un gran éxito entre el exclusivo colectivo de altos ejecutivos. Los llamados 'Global Executive MBA' son programas con una aproximación más avanzada al campo de la gestión empresarial y, por tanto, dirigidos a ejecutivos senior con amplia experiencia profesional y probado liderazgo en sus respectivos sectores económicos. Lógicamente, su precio no está al alcance de todos los bolsillos. El Trium Global Executive MBA que ofrece HEC School of Management de París en colaboración con London School of Economics and Political Science y New York University Stern of Business tiene un coste de 122.750 dólares. La asociación entre escuelas (lo que permite obtener una titulación doble) es habitual en este tipo de programas y también la utiliza London School of Business, para su Global Executive MBA que cuesta 126.000 dólares y desarrolla conjuntamente con la escuela estadounidense de Columbia Business School.

Por supuesto, los 'Global MBA' dirigidos a un colectivo más junior son más económicos. Su precio no suele superar los 40.000 euros.

MBAs especializados

Abarcar todas las áreas de conocimiento relacionadas con la gestión empresarial, tal es uno de los objetivos esenciales del MBA y motivo por el que al programa más representativo de las escuelas de negocio se le califique de 'programa generalista'. El concepto de especialización, así pues, no parece encajar del todo en la filosofía de los MBA. Pero nada más lejos de la realidad.

En consonancia con un escenario laboral y económico donde la especialización se ha convertido en clave del éxito, las escuelas de negocio hacen tiempo que se dieron cuenta que necesitaban dar un nuevo 'giro de tuerca' al MBA convencional. El desafío ahora consistía en adaptarlo a un creciente alumnado con objetivos y necesidades cada vez más variadas. Así, sin perder del todo esa perspectiva general, se ha extendido en las dos últimas décadas una nueva 'generación' de programas encaminados a transmitir conocimientos específicos en un determinado área de negocio o sector productivo.

La tendencia a la especialización no ha tardado en asentarse dentro del mundo de la formación ejecutiva y ahora es no es difícil encontrar escuelas que proponen en sus programas distintas alternativas de especialización. Beneficia a estos centros porque les permite sacar ventaja de sus fortalezas, poniéndose por delante del resto en áreas de conocimiento concretas. Beneficia también a determinado tipo de candidato que aspira a obtener un 'plus de conocimiento' en su ámbito profesional. Se trata, por lo general, de profesionales cualificados aún con escasa experiencia laboral (en torno a los 3 años) que aspiran a asumir pronto responsabilidades de dirección, en un nivel jerárquico medio o medio-alto.

En cualquier caso, es imposible encontrar escuelas expertas en todo. Años de evolución y acumulación de 'know how', de adaptación al mercado, de configuración de su claustro docente y trabajo sobre otros aspectos académicos, han de derivar necesariamente en cierta especialización temática de las escuelas. Los programas especializados sería para éstas un modo de reforzar su posición en dichas disciplinas. La Chicago GSB, por ejemplo, siempre ha destacado en el campo de las finanzas; también en banca y finanzas la Columbia BS presume de ser una de los máximos exponentes a nivel mundial; Stanford GSB es una de las grandes expertas en 'gestión pública' y, últimamente, en 'iniciativa empresarial' y en el campo de las nuevas tecnologías gracias a la proximidad geográfica y académica de Silicon Valley.

La idea de la especialización también ha calado en muchas escuelas europeas, aunque ajustándose a la demanda y particularidades de esta zona geográfica. Aquí predominan los MBAs de un año y, a partir de ellos, ha proliferado buen número de programas que, sin dejar ese inevitable carácter 'generalista', centran una parte importante de su plan docente a conocer determinado área o sector. Las especialidades llegan a todos los ámbitos imaginables, desde la ingeniería -MBA for Engineering Business Managers ofrecido por Manchester BS- o la contabilidad -MSsBA Accounting & Control de RSM Erasmus University- hasta las finanzas -MBA for Financial Managers and Finance Professionals impartido por Manchester BS- o la logística -MBA in Shipping and Logistics de Copenhagen Business School-, por mencionar algunos.

En España, EOI es una de las escuelas que más decididamente ha apostado por este tipo de oferta académica. Afrontó hace años una ampliación de su catálogo de postgrado a fin de introducir, precisamente, varios MBAs especializados. Enmarcados en un único programa, dos terceras partes lo componen materias comunes mientras el resto se dedica al contenido específico, a fin de que el alumno escoja, de acuerdo a sus objetivos laborales, entre áreas como 'Finanzas', 'Recursos Humanos', 'PYMES' o 'Dirección Comercial y Marketing', y sectores como 'Gestión del Medio Ambiente', 'Gestión de Ocio y Tiempo Libre' 'Agroalimentaria', 'Aeroespacial' o 'Industria y Energía'. Asimismo, EOI ha lanzado diversos MBAs que en su totalidad estructuran el programa, uno en torno a empresas del sector inmobiliario y otro en torno a empresas del sector de la construcción. La Escuela de Negocios de la Universidad de Nebrija es otra institución que, a partir de un MBA común, ofrece programas de especialización en Recursos Humanos, Energía, Tecnología y Área Financiera. El Instituto Europeo de Postgrado de la Universidad CEU imparte un único MBA que en su etapa final ofrece especializarse en marketing o finanzas. El Instituto de Estudios Bursátiles IEB, escuela especializada en materia financiera y bursátil, ofrece un único MBA que en este caso se orienta hacia el ámbito de la economía financiera.

Programas Superiores para directivos

Pese a que no se trata de MBAs en sentido estricto, los programas extensos para directivos han cobrado una especial relevancia en los últimos años como colofón a la formación ejecutiva. Podría decirse que es un paso más allá al del MBA y, por tanto, en ningún caso se trata de un programa que pretende sustituirlo. Más estricto sería decir que el conocido como 'Programas de Desarrollo Directivo' y el MBA son 'productos' complementarios.

Como no podía ser de otra forma, quienes acceden a este tipo de cursos son tanto empresarios como directivos con una carrera profesional muy dilatada y contrastada, que, por tanto, ocupan puestos de alta dirección o la propia dirección general. Aquí lo único que se valora del candidato es la trayectoria y prestigio profesional del candidato. Lo normal es que cuenten con el aval y financiación de su propia empresa para la realización de este tipo de programas cuya horquilla de precio oscila entre los 30.000 y 60.000 euros.

Un importante aliciente para la compañía es que el alumno no descuida prácticamente en ningún momento su responsabilidad profesional. Evidentemente, la carga lectiva que debe soportar es mucho menor que la de un master (entre 150 y 200 horas). Además, se trata generalmente de periodos formativos relativamente cortos que van desde un mes de duración en el caso de los programas más condensados hasta el año los que se organizan en módulos. Se trata, en cualquier caso, de abordar temas muy ligados a la problemática diaria de directores generales, de división e incluso de presidentes y consejeros delegados. Esto, unido al interés que habitualmente muestran las empresas por formar a sus directivos en estos campos, permite que las clases presenciales se puedan desarrollar durante la jornada laboral, bien por la tarde, o bien en sesiones matutinas.

Previo al inicio del programa, la escuela tiene muy en cuenta las circunstancias de cada alumno y su empresa para ajustarse a los intereses de ambas partes. Dentro de estos programas de dirección, existen diferentes tipologías distinguibles por el perfil de directivo. Son los 'Programas de Desarrollo Directivo' (también llamados 'Programas Avanzados de Gestión') los más comunes pues, entre otras cosas, el rango de directivo al que va dirigido es

numeroso, ocupa puestos clave dentro de las organizaciones y, por tanto, es susceptible de mejorar significativamente en sus funciones dentro de su empresa siempre que reciba la preparación apropiada. Nos referimos, concretamente, a directores divisionales o departamentales que trabajan en estrecha colaboración con la alta dirección. Entre 7 y 10 años de experiencia suele tener el alumno más habitual y, por tanto, con edades entre los 30 y los 40 años, aunque no sería extraño encontrar compañeros de clase cerca de los 50.

Mayores responsabilidades directivas asume el alumnado del 'Programa de Alta Dirección de Empresas', por otros denominado 'Senior Executive Program', que lógicamente también cuenta con una edad media más elevada: entre los 40 y los 50 años en su mayoría. Directores generales, presidentes, consejeros delegados y también empresarios, concurren en este exclusivísimo programa cuyo objetivo es aportar una visión integral de la empresa desde la dirección general para mejorar la toma de decisiones estratégicas y corporativas de enorme trascendencia.

Pero aún existe una última meta académica antes de jubilarse con los máximos honores. Claro que, pocos programas pueden despertar el interés de profesionales tan bien posicionados como los directores generales, ya en torno a la cincuentena, y desde luego no va a ser aventura posible para el común de las escuelas. De hecho, sólo un puñado de escogidísimas instituciones españolas se han atrevido a lanzar la formación más elitista que puede alcanzarse en el ámbito de la alta dirección como es la que implica el llamado por IESE 'Programa de Dirección General' o 'Global Senior Management Program' por el Instituto de Empresa.

MBA 'Mini'

Los MBA son programas diseñados para dar un impulso definitivo a la carrera profesional de quien lo cursa. El problema es que por su duración, de al menos un año, y su alto coste, no lo hace accesible a todo el mundo, y menos ahora que la financiación se ha convertido en un difícil obstáculo.

Precisamente, para aquellos que no tengan el suficiente tiempo o, a veces, el dinero suficiente ha surgido en los últimos años una original alternativa comprimida del MBA tradicional: son los denominados 'MBA Mini'. De momento es una modalidad

Se trata de cursos cortos que ofrecen una visión general en el campo de la gestión empresarial con lo cual su coste, a partir de los 15.000 euros, es raro que supere los 4.000 euros. Van dirigidos, fundamentalmente, a profesionales en puestos de responsabilidad intermedios aún sin experiencia directiva (jefes de sección, por ejemplo).

Habitualmente estos MBA en formato 'mini' los demandan empresas que necesitan formar a sus empleados, especialmente los recién licenciados, en los rudimentos de la gestión empresarial. Es por ello que a menudo se imparten en las dependencias de tales compañías. No obstante, últimamente estos programas 'bajo demanda' han dado el salto y se han abierto al 'público', dando respuesta al aumento de particulares interesados en ellos.

Además de servir como introducción al mundo de la gestión empresarial, también pueden ser un buen campo de prueba para quienes están pensando en cursar un MBA. Es una buena manera de cerciorarse si merece la pena afrontar un programa de la duración, precio y exigencia del MBA. De hecho, algunos expertos apuntan a los MBA Mini como una puerta de entrada óptima al Executive MBA.

Entre las ventajas de este tipo programas figura en primer lugar la duración del curso. En apenas unos días o semanas y un par de meses en horario de tarde en el peor de los casos, y con los mismos profesores que en un MBA tradicional, los alumnos de estos cursos obtienen una visión condensada de las lecciones más importantes de los másteres en gestión empresarial. La segunda es de índole económica, la diferencia de precios es enorme, y la tercera, profesional. No todos los perfiles necesitan un MBA, a muchos les basta con unas nociones sobre la gestión para destacar y conseguir el puesto de trabajo deseado.

Pero no todo el mundo dentro del ámbito de las escuelas de negocio está de acuerdo con el auge de estos programas y, sobre todo, con la denominación de 'mini MBA', ya que puede llevar a los alumnos a pensar que con estos programas obtienen una formación similar a la de un MBA.

MBA 'online'

Tradicionalmente el campus ha sido el lugar natural para impartir el denso y complejo temario de un MBA. Las clases magistrales y ponencias de expertos y directivos de prestigio, así como, la imprescindible interacción del alumnado, especialmente a la hora de poner en práctica el universal método del caso, hacían necesario que existiera un lugar físico donde todo el colectivo inmerso en el programa entrara en contacto. Pero la presencia del alumno es no siempre imprescindible y, además, las circunstancias laborales que viven actualmente muchos profesionales les hace imposible afrontar un programa en presencia, ni tan siquiera para asistir a esporádicas ponencias o sesiones. Pero es que además, nuevas herramientas didácticas, el avance de las tecnologías y de las comunicaciones han ampliado el abanico de posibilidades en referencia al proceso de aprendizaje hasta el punto de que a menudo este se puede llevar a cabo lejos de campus o la escuela.

La enseñanza a distancia no es una cosa nueva. MBAs a distancia existen desde hace muchas décadas pero lo cierto es que ningún programa de estas características ha gozado de un prestigio incuestionable y, desde luego, no han tenido entusiastas defensores entre las escuelas más reputadas. En la modalidad a distancia encontramos una gran variedad de formatos. Tenemos clásicos soportes como correo postal, videos, cintas de audio y televisión, muy válidos para transmitir ciertos conocimientos. Son la base de los ya veteranos cursos por correspondencia, muy presentes en nuestra sociedad. Pero el momento de consolidación de los MBA a distancia llegaría tras la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) en el ámbito de la enseñanza. Particularmente Internet y los campus virtuales han abierto a las escuelas de negocio un campo con infinitas posibilidades para dar un giro radical a sus métodos de enseñanza y, así, para ofrecer MBAs en formato online con poca o ninguna merma en su calidad, aparte de otras ventajas. Estos campus virtuales han ido incorporando progresivamente interesantes soluciones como la videoconferencia, foros, tutorías online, simuladores, áreas de descargas 'podcast', test multimedia y todo una serie de herramientas interactivas que, como consecuencia, han convertido estos espacios en eficaces plataformas para difundir y compartir conocimiento.

No es extraño que cada vez más personas, tras una primera experiencia, se lancen sin miedo a la aventura de la formación telemática. Definitivamente, el MBA en metodología on-line se encamina hacia su consolidación y supone a día de hoy una alternativa seria al programa tradicional. Hay ventajas evidentes que muchos podemos imaginar pero también hay otras menos patentes que, sin embargo, son muy a valorar. Es indiscutible el ahorro en desplazamientos que supone y también la mayor facilidad que ofrecen para compaginarlo con el día a día de la actividad profesional. Otra ventaja es que los MBAs online a igual carga lectiva son más baratos que sus homólogos en modalidad presencial. Las empresas son menos reacias, por ello, en costear entre sus empleados este tipo de programas. Además, muchos campus virtuales permiten al alumno adaptar el programa a su estilo de aprendizaje, capacidad y disponibilidad: es posible realizar un MBA online en menos tiempo y además la fecha de inicio es más flexible, a veces incluso en intervalos de mes o mes y medio. Es más flexible pero al mismo tiempo ayuda a desarrollar más disciplina personal y mejor gestión del tiempo.

La falta de reconocimiento es quizá el principal obstáculo que están encontrando los MBA online para ponerse a un nivel cercano al de los programas presenciales. La clave para superar este último escalón reside en la implantación de un sistema fiable de acreditación oficial. Aunque no de manera específica, Estados Unidos ya ha avanzado en este aspecto y tanto empresas como particulares pueden cerciorarse de qué programas están respaldados por algún tipo de reconocimiento institucional. Concretamente, el Departamento de Educación tiene en su portal oficial una la [base de datos de programas e instituciones acreditadas](#) de consulta libre.

Pese a su extraordinario crecimiento en los últimos años, los programas de formación online siguen levantando suspicacias entre las empresas. De hecho, la mayoría de éstas sólo reconocen aquellos MBAs que cuentan con alguna acreditación. En Estados Unidos es posible cerciorarse de que nuestra elección está respaldada por algún tipo de reconocimiento institucional. La referencia más consultada es la base de datos de programas e instituciones acreditadas del Departamento de Educación (<http://ope.ed.gov/accreditation/Search.aspx>). La aplicación da información sobre cada escuela y sus programas. En España, la única acreditación con reconocimiento oficial la otorgan las comunidades autónomas. Son los llamados Másteres Oficiales entre los que todavía no se encuentra ningún programa impartido exclusivamente en modalidad online. Aparte de este sello, no existe ningún referente en nuestro país que certifique la calidad de los MBA online. Así las cosas, la referencia más fiable para valorar la calidad de estos programas va a ser la reputación de los centros de negocio que los imparte y que también ofrecen el MBA en modalidad presencial. La IE University tiene oferta online en esta especialidad y lo cierto es que la gran reputación de la institución no deja dudas de que el programa cumplirá con unos buenos estándares de calidad.

Tampoco a nivel internacional existe un marco de acreditación claro para los MBA online. La mayor agencia de acreditación internacional, AACSB, ha entrado muy de soslayo en el campo la acreditación de MBAs telemáticos. La AMBA - Association of MBAs- ya reúne un total de 30 MBAs online de 18 escuelas entre sus programas acreditados, si bien todas estas escuelas son de Reino Unido.

De momento, sólo la EFMD ha lanzado un certificado internacional específico para programas en enseñanza en el campo de la gestión empresarial a través de plataforma online. Se trata del ['EFMD Cel'](#) (Programme accreditation for teChnology-Enhanced Learning) que desde su lanzamiento a mediados de 2005 ha certificado un total de 11 MBA online y otros programas de aprendizaje telemático en el ámbito de los negocios, entre ellos el [U21Global's MBA](#) y el [MBA Online de la University of Liverpool](#).

Quizá la referencia internacional más relevante sobre programas en modalidad online la tengamos en el ranking de Financial Times sobre MBAs online. En esta minuciosa lista es posible informarse de las instituciones de mayor peso en la formación ejecutiva online y sus programas más representativos. Sin entrar a fondo en la calidad docente, el ranking se limita a ordenar las escuelas por el volumen de alumnos matriculados en el año, de ahí que de nuevo la última edición de la lista, publicada a mediados de 2009, aparezca encabezada de manera apabullante por la Universidad de Phoenix. Esta gigante de la educación superior online, enroló en sus MBA impartidos íntegramente a través de Internet un total de 67.500 alumnos. Siguen a la institución estadounidense el MBA impartido por Heriot-Watt University (Universidad de Edimburgo), con 8.400 matriculados el último año, el MBA de Open University Business School, con 5.500 alumnos en su MBA, y el MBA by Distance Learning de Henley BS, con 4.090. Estas tres son escuelas de Reino Unido y lo que deja patente este listado es que la formación online para ejecutivos está dominada por las instituciones anglosajonas, tanto estadounidenses como británicas. La primera asiática es la U21Global, con sede en Singapur y un total de 3.700 matrículas en sus programas MBA, lo que la sitúa quinta en la lista. En habla hispana destaca EGADE del Tecnológico de Monterrey, con 2.350 matrículas lo que la sitúa sexta de la lista. La primera española en la lista, aunque ya bastante abajo, es el IE Business School cuyo International Executive MBA ha captado un total de 197 matrículas en el último año y cuyo GobaI MBA Online ha captado 161 matrículas. Le anteceden por volumen de matrículas escuelas como Manchester Business School con su MBA for Financial Managers and Finance Professionals y su MBA for Engineering Business Managers, Kaplan University, Warwick Business School con su MBA by Distance Learning, Swiss Management Center, Northeastern University con su Online MBA, Babson College: Olin con su Fast Track MBA, RDI - Resource Development International, Thunderbird School of Global Management y Oxford Brookes University. ISEAD es el otro centro español que cueIa su oferta online en esta interesante lista, tanto su MBA como su Executive MBA, con 99 y 74 matrículas respectivamente.

MBA Oficial

Bolonia ya está aquí y con su plan llegan los MBA Oficiales. Ya han pasado 10 años desde que en la ciudad universitaria de Italia por excelencia 17 países europeos se sentaron para discutir los términos del nuevo 'Espacio Europeo de Educación Superior'. Por supuesto, en este nuevo espacio, los países firmantes del Plan Bolonia tuvieron claro que los másteres habrían de ser parte importante del nuevo sistema universitario resultante de las reformas comprometidas por éstos.



El espíritu que ha impulsado este importante acuerdo paneuropeo ha sido promover la convergencia antes de 2010 entre los sistemas nacionales de educación superior, lo que conformaría el citado espacio común europeo. Más concretamente los países firmantes del documento se comprometían a adoptar un sistema fácilmente legible y comparable de títulos (Suplemento Europeo al Título), a establecer un sistema de créditos (ECTS) que sirva para medir la dedicación real del alumno (y no sólo las horas de clase) y, asimismo, a adoptar un sistema universitario estructurado en dos ciclos principales: grado y postgrado.

Durante el curso 2006-2007 se empezaron a impartir en nuestro país las primeras enseñanzas oficiales conducentes a la obtención de los títulos de 'Máster Oficial Universitario'. El MBA, Master in Business Administration o Master en Administración de Empresas según la acepción en castellano, es en lo esencial un máster y comparte todas las características comunes a esta categoría de programas superiores y, por tanto, también tienen cabida en el esquema de titulaciones oficiales en el nuevo sistema universitario español homogeneizado al del resto de países europeos. Su lugar está en el segundo ciclo del nuevo escalafón de titulaciones, situados, concretamente, tras los estudios de grado y antes de (o 'entremezclados' con) los estudios oficiales universitarios de máximo rango, es decir, los doctorados.

Los MBA que cuenten con la implicación de una universidad autorizada pueden obtener ese carácter oficial en España, siempre que cumplan con los requisitos exigidos para ello y lleven a cabo el correspondiente proceso de adaptación y reconocimiento. Esto es importante entenderlo ya que, precisamente, su oficialización conlleva una serie de importantes limitaciones que antes los MBA, fueran impartidos en universidades o escuelas, no tenían.

Concretamente, la carga lectiva de un máster oficial está entre un mínimo de 60 créditos ECTS y un máximo de 120 ECTS. Esto implica una duración de entre uno y dos cursos académicos. A modo de referencia, 60 créditos ECTS suponen unas 1.500 horas de trabajo del alumno. Al final del máster, de cara a obtener el título oficial, el aspirante deberá enfrentarse a la defensa pública de un trabajo. Si a los 240 créditos mínimos que suma en título de grado le añadimos los créditos del máster oficial, un alumno que completa con éxito un máster oficial acumula al menos 300 créditos ECTS. El MBA Oficial, como Máster Oficial, tiene entidad propia aunque también es ciclo previo (y requisito) al programa para obtener el Título Oficial de Doctor. La proyección lógica en este caso sería el Título Doctor en Administración de Empresas (DBA según el acrónimo en inglés).

Los MBA oficiales traen una destacada novedad en lo que se refiere a requisitos de acceso y obtención del título. Concretamente, obliga el nuevo marco normativo para acceder al programa y al título oficial estar en posesión del Título de Grado u otro declarado equivalente. La institución es libre de aceptar en el programa un candidato sin tal requisito pero éste a su conclusión no obtendría el título oficial sino uno otorgado por el centro sólo en calidad de título propio.

Asimismo, los MBA que opten a su conversión en Título Oficial de Máster deberán impartirse por centros universitarios. Para ser impartidos en centros de formación superior de otra naturaleza, éstos deberán conseguir homologación del Estado a través de una universidad. Es por ello que las escuelas de postgrado y negocio más importantes de España han apostado por

alcanzar amplios acuerdos de colaboración e integración con distintas universidades privadas ya que las públicas están sujetas a precios públicos.

Los estudiantes que este año se han matriculado en un MBA Oficial impartido por una universidad pública han tenido que abonar un máximo de 3.012 euros por un curso académico completo (60créditos ECTS). Tal es el precio más alto fijado por la Conferencia General de Política Universitaria, constituida por las Comunidades Autónomas y la Secretaría de Estado de Universidades. Hay que aclarar que estos precios rigen sólo en las universidades públicas y no las universidades privadas, las cuales tienen libertad absoluta en este sentido. Lógicamente, las tasas de los MBA oficiales impartidos en instituciones privadas son mucho más elevadas.

Y lo cierto es que las diferencias son notables, aunque también hay que decir que la comparación no debe centrarse exclusivamente en lo económico. Los MBA impartidos por centros de negocios bajo el paraguas de una universidad privada no pretende competir con la oferta de la pública. El despliegue de medios y recursos docentes, así como, el profesorado, servicios de apoyo y aval de la institución privada, justifican en gran medida la diferencia de precios.

El MBA Oficial más caro es el impartido por IE Business School con el respaldo de la IE University: 48.000 euros para un programa de 13 meses y una carga lectiva de 60 créditos ECTS. El precio parece justificado si tenemos en cuenta la prestigiosa escuela de negocios que lo ofrece. De elevado precio es también el MBA que la Universidad Europea de Madrid UEM ofrece con el sello de su escuela de negocios: 19.900 euros. Y tampoco está al alcance de todos los 15.250 euros que cuesta matricularse en el MBA de la Universidad Nebrija o los 18.500 del MBA de la Camilo José Cela. En el lado opuesto encontramos programas MBA sujetos a precios públicos como el de la Universidad de Cantabria o el de la Universidad de Málaga, de 993 euros y 1.626 euros respectivamente.

Sean de universidades públicas o privadas, la oferta de MBA o Másteres en Gestión de Empresas con reconocimiento oficial alcanza los 37 programas en toda España.

Listado de MBAs Oficiales en las universidades españolas:

MBA / IE University / 60 créditos

Master en Dirección de Empresas / UNIVERSIDAD DE MURCIA / 60 créditos

Máster Universitario en Dirección de Empresas / UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID / 60 créditos

International MBA Madrid-New York / UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA / 60 créditos

MBA Full Time / UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA / 60 créditos

Máster Executive en Dirección de Empresas / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

Máster Oficial en Creación y Dirección de Empresas / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

MBA Executive en Dirección de Industrias Culturales / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

MBA Executive en Dirección de Operaciones y Logística / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

MBA Executive en Dirección de Personas / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

MBA / UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA / 60-120 créditos

Máster of business administration (MBA) (impartido íntegramente en inglés) / UNIVERSITAT RAMON LLULL / 90 créditos

MBA Oficial en Dirección de Empresas Energéticas / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

MBA Oficial en Dirección de Empresas Tecnológicas / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

MBA Oficial en Dirección Financiera / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

MBA Oficial en Dirección General de Empresas / UNIVERSIDAD NEBRIJA / 72 créditos

Máster en DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS / UNIVERSIDAD DE MÁLAGA / 60 créditos

Máster en Dirección de Empresas (MBA) / UNIVERSIDAD DE CANTABRIA / 60 créditos

Máster en Administración y dirección de empresas / UNIVERSIDAD DE OVIEDO / 60 créditos

Máster en Dirección de Empresas / UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA / 60 créditos

Máster Universitario en Dirección de Empresas-MBA / UNIVERSIDAD DE DEUSTO / 60 créditos

Máster Europeo en Administración y Dirección de Empresas ESCP-EAP / UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID / 120 créditos
Máster Universitario en Dirección de Empresas / UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS / 120 créditos
Máster Universitario Internacional en Dirección Internacional de Empresas / UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS / 90 créditos
Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA) / UNIVERSIDAD SAN JORGE / 60 créditos
Máster Oficial en Dirección de Empresas- MBA / MONDRAGON UNIBERTSITATEA / 60 créditos
Master en Dirección de Empresas y Recursos Humanos / UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID / 32 créditos
Máster en DIRECCIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS / UNIVERSIDAD DE HUELVA / 60 créditos
Máster Universitario Oficial en Dirección de empresas industriales / UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA / 60 créditos
Máster en Dirección Estratégica de la Empresa / UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI / 60 créditos
Master in Business Administration (MBA) / UNIVERSIDAD ALFONSO X EL SABIO
Máster en Gestión y Dirección de Empresas Turísticas / UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA / 60-90 créditos
Dirección de Empresas del Deporte / UNIVERSITAT DE BARCELONA / 60 créditos
Dirección y Gestión de Entidades Deportivas / UNIVERSIDAD CATÓLICA SAN ANTONIO DE MURCIA / 60 créditos
Dirección de Empresas de Turismo / UNIVERSIDAD DE ALCALÁ / 120 créditos
Máster en Administración y Dirección de Entidades de la Economía Social / UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA / 60 créditos
Creación, Dirección e Innovación en la Empresa / UNIVERSIDADE DE VIGO / 90 euros

"Sin un MBA es imposible convertirse en analista de inversiones o consultor sénior"

Mastermas.com ha entrevistado a Nunzio Quacquarelli, creador de la feria itinerante más importante del mundo en el campo de la formación ejecutiva y MBAs. El director del World MBA Tour se congratula de que la crisis no está frenando la demanda de MBAs, ya que, precisamente, muchos consideran la actual situación como una buena oportunidad para obtener la más alta cualificación en el campo de la gestión y así estar en clara ventaja cuando la situación laboral mejore.

Entrevista de Fermín Gómez

[Entrevista en inglés](#)



Distintos medios cargan toda su furia estos días contra los directivos como principales responsables de la actual crisis financiera y de paso algunos apuntan a las escuelas de negocio como cómplices de sus tropelías. ¿Hasta qué punto tienen las escuelas de negocio de Europa, EEUU y Asia responsabilidad en la actual crisis

financiera? ¿Qué han hecho para que algunos las culpen de los males que azotan al mundo?

NQ - Los directores de los bancos, que tuvieron un papel importante en la reciente crisis financiera, eran una mezcla de MBAs, contables, abogados y analistas financieros, es decir, la gente que recibió la mejor educación del mundo no pudo evitar un fallo colectivo y sistemático en la gestión del sistema financiero mundial.

Según explica Santiago Iñiguez de la Escuela de Negocios IE, "la economía y la gestión son materias nuevas y necesitan clarificarse: los productos y servicios pueden ser complejos. En los últimos veinte años muy poca gente sabía lo que estaba pasando. Esto puede aplicarse no sólo a los profesionales y académicos, sino también a los reguladores y a los medios de comunicación. Si los periodistas y los reguladores hubieran sabido más sobre derivados, créditos o hipotecas estoy seguro de que hubieran denunciado públicamente las carencias de estos productos. Todos compartimos la responsabilidad, pero podemos saber lo que ha funcionado y lo que no".

Paul Danos, Decano de la Tuck School of Business del Dartmouth College opina en la última edición de la *TopMBA.com Career Guide* que "en el pasado, las cuestiones éticas se cubrían de manera limitada en muchos programas de MBA, lo que llevaba a que los estudiantes no estuvieran preparados para hacerse cargo de todas las responsabilidades que conlleva el liderazgo. Creo que la crisis financiera es el resultado de deficiencias en la comprensión y asunción de las responsabilidades... pocos directivos pueden ser acusados de una flagrante falta de ética".

TopMBA.com publicará un ranking de escuelas de negocios basado en la cantidad y calidad del temario enfocado en cuestiones éticas y de responsabilidad social. Este ranking aparecerá en TopMBA.com el 16 de octubre de 2009.

¿Qué mejoras y cambios crees que han de acometer las escuelas de negocio para recuperar la confianza del mundo empresarial y de la sociedad en general?

NQ - Desde que la crisis se convirtió en algo evidente, los profesores de escuelas de negocios han revisado activamente el temario y los consejos que dan a los gobiernos centrales para asegurar que no se repitan los mismos errores en la regulación, compensación y liderazgo.

Luis Palencia, Decano del IESE en Barcelona cree que su escuela "ha querido, desde su fundación en 1957, preparar a directivos a que comprendan la importancia de mantener los más altos estándares profesionales. Los estudios de la crisis nos ayudarán a comprender mejor estos problemas sumamente complejos y exigentes del mundo de los negocios".

El profesor Mauro Guillen de The Wharton School opina que "parte de nuestro cuerpo docente está estudiando los sistemas de compensación que se han desviado de la línea... La respuesta no es limitar el sueldo del CEO sino realinear los incentivos con los resultados a largo plazo de la empresa. También estamos revisando la gobernabilidad corporativa y el papel de las juntas en las empresas. Ahora sabemos que las juntas han sido muy poco efectivas porque han restringido el acceso a la información y estaban bajo la presión de apoyar al CEO. Se impondrá más regulación en muchas áreas de servicios financieros. Para terminar, ofrecemos una clase dedicada a las cuestiones e implicaciones de la crisis, con el fin de asegurar que nuestros estudiantes comprenden mejor lo que significa ser un líder responsable socialmente en el sector financiero actual".

Paul Danos añade que "las escuelas de negocios deben impartir asignaturas de ética que ayuden a comprender las responsabilidades inherentes al liderazgo. Las escuelas deben consolidar el conocimiento de estas responsabilidades en los directivos, para que estos sean flexibles, escépticos, curiosos y atentos a la naturaleza poco fundamentada de cualquier teoría que se aplique a situaciones complejas del mundo real, lo que yo llamo tener una mentalidad analítica crítica".

El EMBA del IE no baja de los 50.000 €, el MBA Full Time del IESE se acerca a los 60.000 €, el de la EOI cuesta 20.000 €, el de INSEAD 70.000 € ... ¿Por qué los MBA son tan caros? ¿De verdad lo valen?

NQ - El coste de los programas de MBA varía muchísimo. Un programa de EMBA está dirigido a ejecutivos sénior con más de 8 años de experiencia que pueden seguir trabajando durante el programa de estudios. Estos suelen ser los programas más caros.

Los programas de MBA a tiempo completo permiten a los jóvenes profesionales adquirir nuevas capacidades y redirigir sus carreras profesionales, lo que suele resultar en un aumento del salario de un 50% o más. Incluso un programa de MBA de categoría media tiene una recuperación del capital invertido de 3 y 4 años para alguien que gana 35.000 € antes de empezar un MBA. Según el TOPMBA.com International Employer Survey, el salario medio después de realizar un MBA en Europa occidental es de 65.000 € en 2009, a pesar de la recesión. Algunas consultorías pagan más de 80.000 € a recién empleados con MBA, más las primas de contrato y de fin de año.

¿Qué aporta un MBA a un profesional? ¿Qué ventajas competitivas consigue éste tras la realización de un MBA?

NQ - Un MBA (Máster en Administración de Empresas en sus siglas en inglés) es un posgrado en gestión que prepara a profesionales para la responsabilidad que implica la gestión. Es uno de los títulos más conocidos del mundo, con más gente estudiando un MBA que cualquier otro título de posgrado. Tomar la decisión de estudiar un MBA es un paso crucial en la carrera profesional de cualquier persona.

La demanda de MBA en las empresas es cíclica y está relacionada con la fortaleza de la economía global. En los últimos años, un número creciente de empresas en todo el mundo consideran que un MBA es la cualificación de gestión básica. Sin un MBA es casi imposible convertirse en analista en un banco de inversiones importante, o en consultor sénior en las mejores consultorías. También es cada vez más común que directivos en desarrollo empresarial y tecnología cursen un MBA para poder avanzar en sus carreras profesionales.

Como consecuencia, cada vez más, gente joven sumamente motivada quiere estudiar un MBA para progresar profesionalmente con rapidez, y para adquirir la flexibilidad geográfica y funcional que ofrece un título de MBA, lo que impulsa además la demanda entre los empresarios.

¿Crees que la oferta europea de MBAs es competitiva? ¿Cuáles son las ventajas de estudiarlo en Europa?

NQ - De acuerdo con otro estudio realizado por TopMBA.com, este año es la primera vez que el modelo de MBA de un año tiene más éxito que el MBA de dos años entre solicitantes de todo el mundo. Esto representa una diferencia de un 10% más de éxito a favor de los modelos de un año que tienen su origen en Europa y refleja la creciente competitividad de los programas de MBA europeos.

En Europa, la London Business School y el IESE ofrecen un programa de dos años, mientras que IMD, INSEAD, IE, Cambridge, Cranfield, Manchester, Warwick y otros de los mejores programas son MBA de un año o año y medio. Muchas de estas escuelas reciben un 70-90% de estudiantes extranjeros y un 50% de la clase está integrada por mujeres. Los formatos de enseñanza varían: en IESE predomina el uso del método de casos de estudio, en IMD e IE es más común el uso de un estilo de aprendizaje experimental y de consultoría. En Europa, el coste anual de un MBA puede ser tan bajo como 5.000 £ o tan elevado como 40.000 £ para la matrícula, sin contar con el coste de libros y gastos de mantenimiento, lo que significa que el periodo de recuperación del capital invertido es de 2 a 4 años de media para un típico programa de MBA de un año. Según la información obtenida de las empresas, no suele haber preferencia entre los modelos de uno y dos años, aunque los bancos de inversión prefieren que un graduado de MBA haga unas prácticas en verano para ver cómo trabajan antes de emplearlos. Las escuelas de negocios europeas son en general mucho más pequeñas que sus competidoras en Estados Unidos. La norma suele estar entre 100 y 200 alumnos por año en las 50 mejores escuelas y sólo INSEAD tiene más de 800 alumnos por año. Sin embargo, estas escuelas tienen redes de ex alumnos muy extensas, no sólo formadas por ex alumnos de MBA, sino también por estudiantes de MBA ejecutivo, y estudiantes de máster de todo el mundo.

El TopMBA.com Applicants Survey, con más de 2.000 candidatos de MBA internacionales, muestra que el 22,5% de candidatos estadounidenses quieren estudiar en el Reino Unido, el 16% querría estudiar en Francia, el 14% en España y el 7% en Italia.

¿Cuáles son las ventajas de estudiarlo en EEUU?

NQ - Las típicas escuelas de negocios de EEUU acreditadas por el AACSB siguen un mismo modelo: dos años, aproximadamente un 30% de estudiantes extranjeros, un 30% de mujeres en el curso, y un cuerpo docente de doctorado de gran calidad que ofrece cursos centrales y una variedad optativos que cubren un amplio temario en gestión general. La enseñanza en la mayoría de programas de EEUU está basada en gran medida en clases teóricas con un enfoque sólido en el método de casos y exámenes finales. El coste de un MBA en EEUU puede superar los 40.000 \$ por año para la matrícula, libros y mantenimiento, lo que en combinación con la posibilidad de no ganar un sueldo durante dos años, significa que el periodo de recuperación del capital invertido puede estar entre los 3,5 y 5 años. Existe un número creciente de programas rápidos de un año por ejemplo en Northwestern, Boston University y Hult. Las escuelas de negocios en EEUU suelen ser muy grandes, con clases de 400 a 900 estudiantes por año, en las 50 mejores escuelas, lo que da como resultado una enorme red de ex alumnos, especialmente en América del Norte y Asia.

Un MBA de una escuela de negocios de EEUU ofrece la mejor oportunidad para que un ciudadano europeo encuentre trabajo en EEUU. Las empresas internacionales quieren reclutar a los mejores talentos de las mejores escuelas de negocios, que vivan cerca para facilitar el proceso de entrevista y de creación de contactos, y que hablen la lengua local para que puedan trabajar en el mercado.

¿La crisis económica y la contracción de crédito están afectando negativamente a la demanda de MBAs?

NQ - La cantidad de solicitudes en escuelas de negocios están creciendo en EEUU y en Europa. La gente está considerando la posibilidad de dejar pasar la crisis económica mientras estudian en una escuela de negocios, para así convertirse en los perfectos candidatos en un mercado en alza en dos o tres años.

¿Qué medidas están tomando las escuelas para posibilitar que los alumnos aceptados puedan sufragar el coste de sus MBA?

NQ - Existen muchas becas para MBA específicas de cada escuela. Para más información sobre becas, pueden visitar el QS World MBA Tour en Madrid el jueves 15 de octubre. QS también ofrece varias becas exclusivamente para aquellos que participen en el Tour. En total cada año se ofrece 1,6 millones de dólares en becas MBA a la gente que participa en el QS World MBA Tour.

¿Qué información y facilidades van encontrar los visitantes del World MBA Tour Madrid 09?

NQ - El QS World MBA Tour es el mayor programa de ferias de reclutamiento e información para solicitantes de escuelas de negocios. En 2008, más de 80.000 solicitantes potenciales visitaron 75 eventos en 41 países.

El QS World MBA Tour ofrece una oportunidad única para conocer a los encargados de admisiones de las escuelas de negocios más influyentes del mundo en las jurisdicciones de todo el mundo. En esta decimoquinta edición, el Tour celebrará 73 eventos en 41 países de los cinco continentes durante todo 2009. El Tour visita Madrid una vez al año; este año se realizará el 15 de octubre de 2009, con más de 60 escuelas de negocios internacionales y españolas. Dada la inversión de tiempo, esfuerzo y dinero que significa estudiar un MBA, no hay nada mejor que conocer en persona al personal de admisiones de las escuelas de negocios.

En la feria, dedique su tiempo a hablar con los representantes de las escuelas que sean opciones realistas y que se adecuen a sus requisitos. Previamente, busque información y haga una lista de preguntas, para que no se le olvide algo importante el mismo día de la feria.

¿Ofrece el World MBA Tour otra información de interés aparte de la relacionada con los MBAs?

NQ - El QS World MBA Tour no es sólo un espacio para conocer las escuelas, sino que también podrá asistir a sesiones informativas sobre temas como el GMAT y el proceso de solicitud. Muchos eventos incluyen Clases Maestras en las que podrá ver a profesores de escuelas de negocios en acción, y podrá hacerse una idea de lo será estudiar un MBA. También suele haber un panel sobre carreras profesionales donde ex alumnos de las mejores escuelas hablan de las oportunidades profesionales que proporciona tener un MBA.

En la feria también podrá encontrar información sobre programas de máster, de doctorados, de MBA ejecutivos, y programas de educación de ejecutivos, así como sobre becas, ayudas financieras y consejos sobre vivir y trabajar en el extranjero.

¿Qué tipo de personas visitan el World MBA Tour? (perfil medio)

NQ - El QS World MBA Tour está dirigido a jóvenes profesionales con al menos 12 meses de experiencia profesional después de la universidad. Directivos experimentados y gerentes y ejecutivos senior de 30 y 40 años también participan si están considerando la posibilidad de estudiar en uno de los programas de MBA ejecutivos.

El Tour no sólo es relevante para la gente que está trabajando en gestión y negocios, sino que también es adecuado para ingenieros, abogados, médicos, e incluso atletas y músicos que quieren hacer un cambio profesional y consideran que un MBA es el camino hacia ese cambio profesional.

¿Qué consejos da a los próximos visitantes del World MBA Tour Madrid para que aprovechen al máximo la cita?

NQ - El primer paso es analizar sus motivaciones personales para estudiar un MBA. ¿Está pensando en cambiar de carrera o quiere avanzar en su profesión? ¿Quiere seguir trabajando mientras estudia el MBA, o quiere concentrarse en sus estudios y considerar sus opciones? ¿Lo que le interesa es una mejora salarial, o acaso está más interesado en tener experiencia internacional? ¿Cuál es su objetivo primordial, ampliar su educación y sus horizontes o desarrollar unas capacidades especializadas para mejorar su carrera profesional? Una evaluación personal honesta le evitará perder el tiempo y la energía y le ayudará a hacer una mejor selección de escuelas.

El segundo paso a dar, cuando empiece a considerar qué escuela de negocios le interesa, es intentar delimitar el tipo de carrera profesional que le gustaría seguir, realizando una evaluación personal realista de sus aptitudes y capacidades. Examine sus motivos con detenimiento. Determinar dónde le gustaría trabajar después de terminar el MBA es una parte muy importante de este proceso.

Busque el máximo de información antes de asistir al QS World MBA Tour. Visite el sitio www.SocrecardTopMBA.com para crear una lista de las escuelas relevantes, lea los sitios web de las escuelas y, durante el Tour, hable con el máximo número de ex alumnos y responsables de admisiones.

Pasado, Presente y Futuro de la Educación MBA y Ejecutiva

Mucho ha cambiado la educación ejecutiva desde ese día en que Joseph Wharton creó una primera escuela encaminada a preparar las jóvenes generaciones estadounidenses

para la vital tarea de gestionar la economía más pujante del mundo. Momentos de gran expansión, de reconocimientos, de sonados éxitos, aunque, también, momentos de críticas, fracasos y desprestigio. Pero las escuelas en sus más de 130 años de historia han sabido adaptarse a las circunstancias y han podido superar con éxito todas las situaciones difíciles. Hoy, la educación ejecutiva se ha consolidado como una poderosa 'industria', con presencia en todo el mundo y capacidad de ejercer una influencia extraordinaria en las sociedades modernas. Y tampoco que esta crisis pueda llevarse por delante la formación más elitista del mundo.

Un producto genuinamente americano - Años de expansión - Una disciplina poco digna - Cambio de modelo - Europa a la zaga - Los MBAs conquistan Europa - La Educación Ejecutiva gana puntos en EEUU - La Edad de Oro - Las alternativas se multiplican - La rentabilidad se impone - Tiempos de rivalidad - Europa lanza sus redes - La globalización pide colaboración - Los MBAs en entredicho - Obsesión por la retribución - Y llegó la crisis

Un producto genuinamente americano

Todo comenzó a finales del siglo XIX. Hasta entonces, la educación empresarial no pasaba de ser un mero proceso de aprendizaje a través de lo que hoy llamaríamos 'prácticas profesionales en empresas'. El aspirante a gerente, así pues, sólo tenía un modo de iniciarse en la profesión, tal era convirtiéndose en 'Aprendiz'.

Los primeros programas de formación específica en gestión de empresas surgen en Estados Unidos. Dónde, si no, se iba a idear un modelo de enseñanza enfocado sólo a los negocios. Pragmáticos donde los haya, era cuestión de tiempo que a algún visionario emprendedor estadounidense se le ocurriera lanzar un programa académico de amplias miras que sirviera para introducir a los jóvenes más ambiciosos, directamente, en el ámbito de la gestión empresarial. Favorecía a ello, el hecho de que Estados Unidos se encontrara inmerso en una larga etapa de expansión industrial y que, por tanto, necesitara de una nutrida generación de gestores dotados de capacidades muy especiales para liderar tan insólito 'milagro económico'.



Alumnos de Harvard Business School en los primeros años de la facultad

De formarles convenientemente se iban a encargar a partir de 1881 la [Wharton School](#), fundada por Joseph Wharton bajo el auspicio de la Universidad de Pensilvania ([University of Pennsylvania](#)) y con una aportación inicial de 100.000 dólares. La que es considerada como primera escuela de negocios de la historia, inició su actividad impartiendo formación a estudiantes de pregrado para, una vez graduados, convertirse en los 'pilares del Estado, ya sea en el ámbito público o privado' ("pillars of the state, whether in private or in public life", en palabras del propio fundador). Este visionario y auténtico precursor de la educación ejecutiva tiene en su haber otros logros notables como la publicación de los primeros libros de texto sobre negocios (proteccionismo fiscal, ciclos económicos, etc.), la organización del primer curso de nivel terciario sobre Administración (a partir del año 1881) y también del primer programa de gerencia internacional o la creación del primer centro de investigación en una escuela de negocios.

Poco tiempo después, seguirían los pasos de la escuela de Filadelfia instituciones como University of Chicago's College of Commerce and Administration (segunda escuela más antigua, fundada en 1898 al principio sólo como escuela de grado a iniciativa de James Laurence Laughlin). Poco después, en 1900, le tocaría a la New York University Undergraduate School of Commerce, Accounts and Finance (escuela que rebautizada décadas

después con el nombre de [Stern School of Business](#)). Esta institución ya contó con una mujer en su primera promoción de alumnos. Con el apoyo económico de George Fisher Baker se fundaría en 1908 [Harvard Business School](#), año en que con ingresaría una primera promoción de 59 estudiantes). La Northwestern University School of Commerce (la que posteriormente se llamaría [Kellogg School of Management](#)) nacería en 1908.

Mención aparte merece la [Tuck School of Administration and Finance](#) (actualmente llamada Tuck School of Business), asociada a [Dartmouth College](#). Por algo se trata de la primera institución en lanzar programas avanzados o másteres, un hito que le convierte en la primera escuela de negocios para graduados propiamente dicha ('Graduate Business School'). Fundada en 1900 gracias al generoso donativo de 300.000 dólares del magnate Edward Tuck, fue la primera institución en implantar estudios de postgrado en gestión contable y 'ciencias comerciales' ('Master of Commercial Science degree [MSc]'), el antecedente directo del clásico MBA. El programa curricular de este máster pionero abarcaba los campos de la economía y las finanzas, y otras disciplinas relacionadas con las ciencias sociales o lo que allí se denomina artes liberales (liberal arts en inglés), distribuyéndose en dos años: un primer año académico caracterizado por su enfoque más teórico y generalista ('Modern History'; 'Economics'; 'Political Science'; 'Sociology'; 'Foreign Language'; 'English Composition and Speaking') y con preponderancia del profesorado universitario; un segundo año, por contra, dedicado a profundizar en los distintos campos de la gestión empresarial ('Modern History and Diplomacy'; 'Finance'; 'Transportation'; 'Insurance'; 'Law'; 'Municipal Administration'; 'Demography and Social Institutions'; 'Language'; 'Practice Organizations') desde un enfoque práctico y abierto tanto a profesorado externo especializado como a directivos, empresarios y profesionales de prestigio en el ámbito de los negocios. Éste es, en suma, el llamado 'Patrón Tuck' ('Tuck Pattern'), el cual fue seguido por la mayoría de escuelas surgidas en años posteriores tanto en el noroeste de Estados Unidos como en el resto del país.

Claro que el mérito de inventar el MBA no puede ser atribuido estrictamente a [la escuela de New Hampshire](#) pues es preciso reconocer que fue Harvard BS la que en 1921 primero dio a uno de sus programas la emblemática denominación de 'Master in Business Administration'.

Pero antes había que idear una metodología válida para transmitir un conocimiento necesariamente práctico y analítico sobre lo que supone la gestión y toma de decisiones fundamentadas en puestos de responsabilidad. Los libros de texto, frente a esta necesidad, quedaban demasiado limitados a conceptos y leyes generales, incapaces, sin embargo, de abarcar y hacer comprender la compleja y cambiante realidad empresarial. En dar con la solución iba a ser también Harvard precursora cuando tuvo la genial idea, a partir de 1911, de invitar a sus aulas a empresarios para que presentaran problemas reales a los estudiantes (problem method). En estas sesiones se gestaba lo que se llamaría años más tarde 'método del caso', siendo a partir de 1924 el recurso pedagógico dominante en Harvard BS.

Un caso representa una situación compleja de la vida real planteada por el profesor de forma narrativa, a partir de datos que resultan ser esenciales para el proceso de análisis. Casi siempre se trata de hechos problemáticos a los que una empresa (real y concreta), un profesional o un equipo de profesionales han tenido que enfrentarse. La exposición de un caso puede ocupar entre 2 y 30 páginas. Tras la presentación y con la documentación recibida, los estudiantes dispondrán de un tiempo determinado para estudiar el caso, individualmente o en grupo, y sacar sus propias conclusiones y hacer propuestas, al tiempo que preparar su exposición. Ya en clase se lleva a cabo una discusión (debate dirigido por el profesor), presentándose también las soluciones con una recapitulación a modo de conclusión.

Para bien o para mal, la consolidación de este recurso pedagógico ha rebasado todas las expectativas. No en vano, en él se apoyan desde hace décadas la inmensa mayoría de MBAs, tanto americanos como europeos, asiáticos y del resto del mundo.

Años de expansión

Durante las dos primeras décadas del siglo XX la educación ejecutiva caló hondo en Estados Unidos, y muy particularmente en los estados del noroeste. Bajo el paraguas de las universidades más importantes y el apoyo financiero de los grandes magnates del país -

enriquecidos al calor de la pujante banca, del ferrocarril, el petróleo, en suma, la ya poderosa industria estadounidense-, fue apareciendo un nutrido grupo de escuelas pioneras en la configuración sistemática de una disciplina académica o cuerpo de enseñanzas en torno al comercio, los negocios y la gestión empresarial. Es en época tan temprana cuando nacerán muchas de las escuelas que hoy gozan de mayor prestigio.

En 1907 la [Universidad de Pittsburgh](#) lanza su primer programa de cursos de negocios. En 1916, [Ohio State University](#) abre su propia escuela de negocios para estudios de grado y postgrado. [Tulane University](#) fundó en 1914 su [College of Commerce](#), convirtiéndose en la primera escuela de negocios en el sur de Estados Unidos. En 1916 le tocó el turno a [Columbia Business School](#), que arrancó con un equipo de 11 docentes y 61 alumnos -entre ellos, 8 mujeres-. Previamente, se había fundado en 1907 la escuela de negocios decana en territorio canadiense: [HEC-Montreal](#).

En plena segunda década del siglo XX, las nuevas escuelas de negocio norteamericanas, sus pujantes programas de grado y también los MBAs empezaban a conformar un mercado académico con entidad propia. Es entonces cuando nacerá en 1916 la American Assembly of Collegiate Schools of Business -AACSB- (luego rebautizada como '[Association to Advance Collegiate Schools of Business](#)'), ello al amparo de un consorcio compuesto por 16 escuelas del país -todas las anteriormente citadas y otras como Ohio State University, [University of Nebraska](#), [University of Texas](#), [Yale University](#)-. Esta asociación, de alcance nacional en sus primeras décadas, nacía con el propósito de consolidar la incipiente educación ejecutiva, defender los intereses de sus universidades y escuelas asociadas. Más allá, esta institución sin ánimo de lucro se marcó muy pronto la misión de velar por la calidad de las escuelas y sus MBAs a través del diseño de un estricto sistema de acreditaciones que cobró cuerpo en 1919.

Universidades punteras fueron a menudo las que durante esos años tomaron la iniciativa de crear departamentos específicos o, directamente, escuelas de negocio en los que afrontar estos estudios de una manera especializada y asimismo distanciada de otras disciplinas que nada tenían que ver con el peculiar ámbito de los negocios. Por otro lado, un conjunto de escuelas deben su origen a instituciones profesionales, algo así como escuelas de secretariado o contabilidad, que, en definitiva, iban a la cuestión práctica antes que al conocimiento puramente academicista. Lo cierto es que entonces la actividad comercial y empresarial distaba mucho de poder considerarse disciplina universitaria de fuste, bien al contrario, enseñar las claves para oficio tan 'trivial' se antojaba más propio de escuelas profesionales y para jóvenes sin elevadas pretensiones académicas.

Una disciplina poco digna

Hasta mediados de siglo, este escaso rigor académico sería una tónica en la mayoría de escuelas. Era un estigma del que ni los estudios de grado ni los de postgrado ni los MBAs se libraban. No es extraño que arriesgaran críticas cada vez más notorias, entre otras cosas, por entender que tales estudios no abordaban la problemática empresarial en su verdadera dimensión. Dos influyentes informes publicados en 1959 -'Ford Foundation's Gordon-Howell report' & 'Carnegie Corporation's Pierson report'- argumentaron ácidamente en contra de la educación de postgrado en gestión empresarial ofrecida en Norteamérica. Particularmente, los responsables de sendos trabajos apuntaron sus críticas hacia las escuelas de negocio, a las que tildaron de meros centros de formación profesional encaminados esencialmente a formar contables o, en todo caso, auditores de cuentas, abarrotadas, además, de estudiantes de segunda fila y profesores mediocres de mínima altura investigadora y de escasa proyección el mundo de los negocios. Recomendaban estos expertos, a la vista de tan pobre balance, que las escuelas revisaran su modelo académico sin más demora para, entre otras cosas, dar cabida a aquellas enseñanzas dirigidas a desarrollar competencias propias del área de gestión y dirección.

En definitiva, se estaba proponiendo una nueva manera de enfocar la educación empresarial con vistas a formar un gestor o directivo muy distinto al vigente en los años 30 y 40, cuando éste se limitaban a ejercer un papel autoritario y sus decisiones las tomaba, más que nada, en base a corazonadas. Según el informe Gordon-Howell, las escuelas de negocio debían abandonar un modelo educativo que iba enfocado en exceso hacia el aprendizaje de técnicas

básicas y rutinarias ('narrow skills') y reducido a campos muy concretos, competencias útiles para acceder a un primer trabajo pero absolutamente irrelevantes para desarrollar una carrera directiva a largo plazo y que, en particular, nada aportaban a la resolución de problemas complejos. Ante semejante panorama, no debe extrañar que la educación ejecutiva y su cuerpo docente carecieran entonces de prestigio entre sus homólogos en otras disciplinas universitarias.

Un giro hacia la investigación y, por tanto, a crear una verdadera disciplina de conocimiento con fundamentos científicos en torno a la gestión: tal era la solución que apuntaba el citado informe Gordon-Howell para restituir el prestigio de la educación empresarial dentro del sistema académico norteamericano.

Cambio de modelo

La experiencia previa en medicina e ingeniería iba a marcar la línea a seguir. Y es que la fuerte inversión realizada en los años 20 y 30 para potenciar la el nivel de competencia científica del claustro docente en estas dos disciplinas había cosechado un éxito extraordinario, al punto de colocar a las universidades y escuelas superiores estadounidenses a la vanguardia mundial. Con el mismo propósito, [Ford Foundation](#) seleccionó cinco escuelas de negocio: Carnegie, Chicago, Columbia, Harvard y Stanford. Hasta 35 millones de dólares gastó esta institución entre 1954 y 1966 para convertirlas en auténticos Centros de Excelencia ('Centers of Excellence').

Especialmente destacada fue la Graduate School of Industrial Administration (GSIA) at Carnegie Tech (hoy denominada [Tepper School of Business at Carnegie Mellon](#)) tras su fundación en 1949. Los fondos recibidos de la Ford Foundation los utilizó fundamentalmente en investigación y educación de doctorado, consiguiendo en pocos años reunir un excelente plantel de especialistas en esos campos.

Pero este fue un nuevo rumbo que prácticamente todas las escuelas estadounidenses de fuste tomaron. La consigna a partir de ahora sería reforzar el currículo académico de los programas, incorporándose novedosas disciplinas de base numérica ('quantitative disciplines') y también las relacionadas con la psicología del comportamiento ('behavioral sciences') de personas y organizaciones. Si se pretendía convertir estas escuelas en auténticos centros de estudio avanzado, los programas de grado deberían perder terreno en favor de los estudios terciarios, particularmente de los MBAs y también, como ya se ha visto, de los doctorados. Algunas escuelas de negocio fueron más allá, al punto de impartir desde entonces sólo estudios de postgrado y, además, cambiar su denominación con el objetivo de introducir el término 'graduate' ('postgrado'). El 'College of Commerce and Administration' de la Universidad de Chicago así lo hizo en 1950: desde entonces, sólo ofrecería másteres y programas de doctorado y además cambiaría su viejo nombre por uno más acorde al nuevo paradigma, 'University of Chicago Graduate School of Business'.

La hoja de ruta para superar esta particular 'crisis de identidad' requería revisar los MBAs para aumentar el nivel de exigencia, la profundidad y amplitud del plan docente. Se introdujeron mejoras en el clásico modelo de dos años, sobre todo se reforzó y amplió el programa curricular del segundo año. Se prestó más atención a los conocimientos teóricos ('fundamental knowledge'), así también a la preparación académica y científica del profesorado.

Europa a la zaga

Europa por aquel entonces se encontraba en una situación muy distinta. Sustanciales diferencias sociales y económicas con respecto a Estados Unidos explican por qué durante la primera mitad del siglo XX los MBAs no encontraron viabilidad en suelo europeo. Francia lideró desde el principio la creación de escuelas especializadas en disciplinas que fueran más allá de la universidad. El [Institut d'études politiques de Paris \('Sciences-Po'\)](#) fue fundado a principios de 1872 por Emile Boutmy junto a un grupo de políticos, intelectuales y hombres de negocios con el fin de formar a la 'Inteligencia' del país galo y que así asumiera el papel de liderazgo que le correspondía. En sus estudios de primer ciclo, másteres y doctorados ha

dominado siempre un modelo de enseñanza pragmático y humanístico. Durante más de un siglo, altos funcionarios, ministros, dirigentes políticos y notables empresarios de toda Francia y también de Europa se han apoyado en ésta emblemática institución para lanzar sus carreras. De este carácter elitista y modelo educativo se inspirarían la Fabian Society -que aportaría 20.000 libras- y los precursores Sydney y Beatrice Webb para crear otra institución por la que desde entonces ha pasado buena parte la élite inglesa y de otros países europeos. Nació así en 1895 la [London School of Economics and Political Sciences](#).

También se hizo sentir desde el principio la influencia de las cámaras de comercio francesas. Fue mérito, concretamente, de la Cámara de Comercio e Industria de París la creación en 1881 de la primera escuela de comercio europea bautizada como [École des Hautes Études Commerciales \(HEC\)](#). Suiza siguió su estela: en 1898 se fundó la ['University of St. Gallen for Business Administration, Economics, Law and Social Sciences'](#). Diez años más tarde en Suecia aparecía [Stockholm School of Economics](#).

Durante décadas posteriores fueron surgiendo en Europa otras instituciones que hoy son referentes en el campo de los negocios. Sin embargo, ninguna tuvo la iniciativa aún de trasladar un programa de las características del MBA.

El continente europeo empezaba a contagiarse de este clima propicio para el nacimiento de los estudios de comercio y negocios: de oeste a este, de norte a sur... También España afrontaba en el cambio de siglo una profunda transformación de su estructura económica y social que, aún con todas sus carencias y desequilibrios, introducirían al país en la senda del desarrollo. Particularmente, los avances en la industria del acero habían metido de lleno al País Vasco en una floreciente revolución industrial. Actividades como la banca, el ferrocarril, los seguros y los astilleros prosperaban al rebufo de la industria metalúrgica y así pronto quedó patente que se necesitaría un amplio 'ejército' de profesionales formados convenientemente para gestionar tan singular 'boom' económico. Se daban las condiciones propicias y, por tanto, es lógico que en dicha región surgiera la primera iniciativa encaminada a la formación superior en el campo de la gestión económica y comercial.

Elo fue gracias a la enorme herencia aportada por la Fundación Vizcaína Aguirre de los hermanos Aguirre la que permitió al sobrino de estos, Pedro de Icaza, y el jesuita Luis Chalbaud, crear la [Universidad Comercial de Deusto](#), institución que desde 1916 se encargaría de formar al empresariado vasco. Concretamente, el 2 de octubre de ese año, bajo el paraguas de la Compañía de Jesús, se inauguraba la primera facultad de ciencias económicas y empresariales radicada en territorio español.

La Comercial no sólo fue pionera en su terreno. También destacó por lanzar un innovador plan de estudios que, ya desde sus orígenes, recreaba fielmente a las necesidades de las empresas. En el 'Escritorio' diseñado por el padre Chalbaud, los alumnos, que disponían de dinero ficticio, simulaban casos prácticos en los que, por ejemplo, durante todo un ejercicio uno hacía de banquero, otro de director de una compañía de seguros y otro de gerente de una naviera.

Un brillante principio que, no obstante, pronto se vería truncado con la llegada de la II República ya que ésta no tardó en decretar la disolución de los jesuitas. De hecho, la Universidad sólo se salvó de la expropiación porque pertenecía a la Fundación Vizcaína Aguirre y no directamente a la orden religiosa. Luego, entre 1936 y 1940, se tuvieron que interrumpir las clases por motivo de la Guerra Civil. Fue a partir de su reapertura y gracias al impulso de padre Bernaola, cuando La Comercial de Deusto iniciaría su etapa de mayor esplendor.

Los MBAs conquistan Europa

Superada la II Guerra Mundial, el castigado continente europeo no podía vivir por mucho más tiempo al margen de la realidad imperante en el mundo más desarrollado. Especialmente Gran Bretaña, pese a figurar entre las grandes potencias vencedoras, se vio sumida en un largo período de recesión y grave crisis social derivados del nuevo orden mundial y de su posición desfavorable ante la creciente competencia internacional. Gran Bretaña y toda

Europa en general, precisaban de jóvenes generaciones con una visión económica diferente, preparadas para asumir un papel de liderazgo empresarial en base a unas reglas de mercado que hace tiempo dejaron de dictar las 'viejas' potencias.

Estados Unidos había abierto hace mucho la senda. Los lazos entre la Europa Occidental y el 'Gigante Americano' eran muy fuertes, también el intercambio de ideas, como fluidos eran los contactos comerciales y los programas de ayudas que -caso del Plan Marshal- resultarían esenciales para la recuperación política, económica y moral de Europa. Era momento para entender los motivos del extraordinario dinamismo norteamericano y trasladar al Viejo Continente aquellas iniciativas que pudieran de una vez sustraerla de su desesperante letargo. Como destacados agentes de desarrollo en el país más próspero del mundo y auténticos catalizadores del 'know how' y de las ambiciones de empresas y ciudadanos, las escuelas de negocio estadounidenses iban a convertirse en un ejemplo a seguir.

A partir de los años 50, y muy especialmente a lo largo de los años 60 y 70, los programas de educación ejecutiva, a imagen y semejanza del modelo americano, vivirán un periodo de expansión y consolidación. Francia -a iniciativa de las Cámaras de Comercio regionales- y Gran Bretaña, fueron los dos países más decididos en la creación de estos auténticos 'centros de excelencia'. Se achaca a las escuelas británicas, no obstante, optar en exceso por la mera imitación del modelo 'americano' -sobre todo de Harvard BS-, sin preocuparse por dar respuesta a las necesidades específicas del sistema productivo británico. El enfoque en exceso academicista, ajeno a la realidad empresarial, es asimismo otro estigma que ha marcado las primeras décadas de esta disciplina académica en Gran Bretaña.

El 'boom' económico europeo llegaría pronto y, con él, la necesidad de una clase de gestores cualificados para coger las riendas de las corporaciones industriales. Precisamente, a iniciativa de los grandes grupos industriales y en colaboración con el mundo académico, nacerían en Europa continental varios de los centros de negocio que más han aportado al crecimiento económico y a la fortaleza del tejido productivo. Un notable ejemplo lo encontramos en Suiza, en donde Nestlé y Alcan respaldaron iniciativas educativas en esta línea, concretadas con la creación de IMEDE (año 1957). escuela que se [IMD](#). [INSEAD](#) en París, así como, [Henley](#) y [Ashridge](#) en Gran Bretaña, son otros destacados exponentes de semejante origen.

También en nuestro país empezaron a gestarse proyectos muy significados en el ámbito de la educación ejecutiva. [EOI](#) -auspiciada por los Ministerios de Industria y Educación- abrió sus puertas en 1955, convirtiéndose en la primera escuela de negocios española dirigida específicamente a estudios de postgrado. A ésta seguirían en 1957 [EADA](#) y, justo un año después, [EAE](#) e [IESE](#).

Los tiempos empezaban a ser propicios para la implantación del programa más representativo en el ámbito de la educación empresarial. En 1964 INSEAD se convertía en la primera institución europea en ofrecer un MBA. IESE -escuela creada por la Universidad de Navarra- lanzaba su MBA con el asesoramiento y pleno apoyo de Harvard BS. La escuela barcelonesa fue la primera institución europea en implantar un programa de dos años de duración, en línea con el modelo estadounidense. Exactamente ese mismo año, vería la luz el de la [University College Dublin](#).

Se estaba gestando un auténtico boom en el ámbito de la educación empresarial. Las escuelas europeas ya no dudaban en lanzar sus propios MBA: en 1966, lo haría [Rotterdam School of Management](#) y, un año después, le tocaría a HEC-Paris (École des Hautes Études Commerciales), a Sciences-Po (Institut d'études politiques de Paris) y a la británica Cranfield School of Management.

Por fin en Gran Bretaña, un grupo de ocho graduados británicos que regresaban de Estados Unidos tras haber estudiado en Harvard BS y The Wharton School se pusieron de acuerdo en 1967 para crear una asociación que potenciara en su país la difusión y calidad de los MBA y sus escuelas, así como, una red social de graduados y profesores relacionados vinculados a este tipo de programas. La [Association of MBAs](#) se convertía de esa manera en la primera organización europea de estudiantes y programas MBA, hoy una de las tres más prestigiosas

del mundo y con mayor número de asociados (9.500 estudiantes y graduados MBA y 147 escuelas en 67 países) tras su reconversión en asociación de índole internacional.

Con objetivos similares, aunque en este caso fruto de una iniciativa de carácter 'paneuropea', nacería 10 años después la [European Foundation for Management Development](#) (EFMD). Esta organización ha logrado tejer en tres décadas de actividad una red de 15.000 profesionales y 650 instituciones procedentes fundamentalmente de Europa aunque también de otros países no europeos. Es, por tanto, una institución que ha ido adquiriendo rango internacional con el objetivo de estimular el intercambio productivo entre el mundo académico y empresarial. También tiene como cometido primordial promover el desarrollo, prestigio, calidad y buenas prácticas entre sus asociados y, en general, en ámbito de la educación ejecutiva. Dispone desde mediados de los 90 de un reputado sistema de acreditación internacional, [EQUIS](#), que reconoce aquellas universidades y escuelas de negocio destacadas por el cumplimiento de unos estrictos estándares de calidad en sus MBA y, en general, en el campo de la educación empresarial y ejecutiva.

Europa disponía ahora de un sector sólido para plantar cara a las todopoderosas escuelas norteamericanas. La ventaja de Estados Unidos seguía siendo muy considerable, si bien Europa avanzaría con paso firme en los años 70 y 80 hasta convertirse en una seria alternativa.

Alemania quizá sea la excepción en este primer proceso de consolidación de los MBA. De hecho, éste será el último país europeo en permitir a sus universidades incluir MBAs entre su oferta postgrado. Eso no fue hasta 1998 y antes sólo era posible obtener formación en administración de empresa a través del título conocido como 'Diploma' ('Diplom') de, normalmente, cinco años de duración y como paso previo al doctorado. La Ley dictada en 1998 transformó este sistema para permitir en las universidades alemanas ofrecer títulos previos de grado ('Bachelor'), de postgrado y MBA, más en sintonía con la tradición anglosajona. Sólo a partir de esa medida el MBA ha entrado profusamente en las universidades y escuelas de negocio germanas.

La Educación Ejecutiva gana puntos en EEUU

La fuerte apuesta, a partir de los 50, por la investigación generó en décadas posteriores importantes créditos a las escuelas de negocio en general y a las norteamericanas en particular. Mediados de los 70 marcó un punto álgido en este sentido. Entonces se respiraba un ambiente de gran altura científica e intelectual en los principales centros de Estados Unidos. El espíritu innovador y afán por el conocimiento formal eran dos rasgos muy presentes en todos los ámbitos relacionados con la educación empresarial. Se había creado en las escuelas de negocio el escenario idóneo para atraer a los mejores profesores e investigadores en el campo de la gestión económica y también a estudiantes de impecable expediente universitario. Este espíritu pronto se contagió -aunque en menor medida- a otros países una vez que los extranjeros formados en las escuelas norteamericanas regresaban a sus países de origen para engrosar las plantillas de escuelas locales.

Pero es que, además, este creciente prestigio científico y reconocimiento internacional -premios Nóbel incluidos-, no supuso un 'divorcio' con la clase empresarial. Según reconocen algunos estudios, no sólo el colectivo académico, sino también muchos líderes políticos, dirigentes y empresarios de Estados Unidos tienen desde los años 60 gran estima por esas enseñanzas y las instituciones que los imparten. A ellas recurren con regularidad desde entonces para reforzar sus proyectos e iniciativas y para reclutar sus más estrechos colaboradores.

También las empresas privadas y grandes corporaciones han encontrado en los MBA ventajas notables. Muy a valorar por tales organizaciones es el amplio conocimiento teórico, intelectual y abstracto, fundamentalmente, que les reporta este tipo de estudios. Tal como destacó James Howell en años posteriores a su famoso informe, éstos son beneficiosos para las empresas ya que aportan ideas innovadoras y dan visiones diferentes a los problemas. Y es que la buena sintonía de las escuelas norteamericanas con su entorno empresarial fue durante esas décadas sumamente fructífera y sólo así se entiende las abultadas, a veces exorbitantes,

donaciones que acostumbran a realizar desde entonces magnates de todos los sectores para apoyar la labor docente y científica de las escuelas.

Unido a este repunte en el prestigio, también entre los universitarios y profesionales ha sido creciente el interés por añadir a su currículo un MBA. Tal es la popularidad que ha alcanzado este tipo de programa, que ahora resulta difícil concebir una escuela de negocios que no lo tenga de una manera destacada en su catálogo.

La consolidación había sido espectacular. Nótese que en el curso 1955-1956 la educación de postgrado no pasaba de ser un ámbito marginal en las escuelas de negocio, especialmente, si se comparaba con la amplísima oferta de estudios de grado. En concreto, el total de títulos MBA expedidos ese año en todo el territorio estadounidense se cifró en 3.200. Desde el giro radical que dio la educación de postgrado en los años 50 y en menos de 30 años, ha sido el MBA el programa que más éxito ha cosechado. Ya en el año 1982 lo obtuvieron más de 60.000 personas sólo en Estados Unidos. En el año 97-98 esta cifra ya se había situado en 102.000. El número de titulados MBA en Estados Unidos las últimas cuatro décadas ha crecido a un ritmo del 8,4% anual. Por supuesto, la oferta de programas en dicho país ha ido en consonancia con semejante crecimiento: en el año 2000 ésta se cifraba en 4.000.

Aún siendo más minoritaria, la demanda de los estudios de doctorado en negocios ha llevado una misma línea ascendente, así al menos hasta 1991. Casi 1.300 títulos de doctor emitieron las escuelas estadounidenses ese año, una cifra récord que, sin embargo, en años posteriores se ha ido reduciendo de manera paulatina.

La Edad de Oro

Los años comprendidos entre finales de los 60 y principios de los 80, pueden considerarse como la auténtica 'edad de oro' del MBA tradicional en el sentido de que aún era relativamente escasa la oferta de programas, y por tanto, también eran contados los candidatos que accedían y luego se graduaban. Además, para entonces ya había repuntado el prestigio de las escuelas de negocio, tanto en la esfera académica como profesional. Para este privilegiado colectivo de recién titulados las perspectivas laborales se antojaban inmejorables.

El MBA se estaba afianzando como el trampolín para abrirse camino en la jerarquía de las empresas. Al menos así lo percibían un creciente número de universitarios y profesionales altamente cualificados. Pero las escuelas no estaban en disposición de acoger el enorme aluvión de candidatos que cada año con mayor concurrencia llamaban a sus puertas. Filtrar para quedarse sólo con los mejores iba a ser clave para mantener en los programas el nivel de exigencia y calidad que merece un tipo de postgrado tan elitista.

Precisamente, con la idea de crear un mecanismo eficaz y estandarizado que sirviera a las escuelas de negocio para conocer el potencial real de cada candidato, nueve escuelas estadounidenses se pusieron de acuerdo para crear en 1953 el **Graduate Management Admission Council (GMAC)**. De tal iniciativa resultaría el **Graduate Management Admission Test** -más conocido por su acrónimo: GMAT-, un examen tipo test que mide las capacidades matemáticas, verbales y analíticas de candidatos aspirantes a cursar una formación en el ámbito de los negocios. Sirve, por tanto, a las escuelas para predecir el comportamiento académico que tendrá el examinado en el primer año del máster y, de ese modo -en base al certificado de notas que presenten- seleccionar sólo aquellos candidatos más cualificados.

Todos los años, GMAC presenta un pormenorizado informe que ilustra de manera bastante certera la tendencia en el mercado internacional de los MBA. 2.000 personas realizaron el examen en su año de estreno, aunque pronto este número se multiplicaría al ser incorporado como requisito en los procesos de selección de la mayoría de escuelas norteamericanas. Las Europeas y del resto del mundo tampoco tardaron en utilizarlo para tener una referencia comparable del nivel de competencia de cada candidato.

Ya en los 80 el GMAT había alcanzado estatus internacional, realizándose todos los años en más de 100 países de manera simultánea. 187.000 aspirantes se presentaron al examen en el

año académico 82/83, de ellos, 128.000 hombres; 212.000 en el año 87/88, de ellos, 138.000 hombres; 240.000 el año 90/91; 210.000 el año 95/96; hasta el año 2001/2002 que marcó punto álgido de concurrencia con 236.000 examinados, de ellos, 146.000 hombres. Las cifras en años posteriores sufrieron un lento retroceso, si bien a partir del curso 2004-2005 iniciaron una nueva senda alcista hasta el curso 2007-2008 que ha marcado el record en lo que a número de postulantes se refiere, 247.000 nada menos.

Las alternativas de multiplican



Ya en la década de los 70, los MBA se empezaron a revelar como un negocio bastante lucrativo. No sólo recién los licenciados en económicas o administración de empresas, también los ingenieros, arquitectos, médicos, informáticos y, en definitiva, profesionales con educación superior ávidos de subir peldaños en la jerarquía empresarial, acudían a las escuelas de negocio convencidos de su valor diferenciador. Éstas, por su parte, los recibían con los brazos abiertos, siempre que demostraran un buen currículum y nivel de competencia. Sus puertas, incluso, estaban abiertas a profesionales de éxito aunque no aportaran título universitario alguno. Tuvieran o no experiencia, las escuelas se preocuparían por ofrecer MBAs adaptados a distintas circunstancias y necesidades. Lejos estaban, no obstante, la escuelas del peligro de masificación. Una selecta élite socioeconómica era la que fundamentalmente se formaba en estos de centros.

En los 60, los 70 y principios de los 80 los MBA gozaban las escuelas de gran consideración entre las empresas multinacionales y entidades financieras de todo el mundo. De sus MBA los graduados salían con un amplio bagaje de conocimiento poco comunes en el mercado laboral en el campo de los negocios y la gestión, de ahí que las empresas pujaran decididamente por perfiles con este tipo de formación para sus puestos clave.

Antes, en 1943, la [Escuela de Negocios de la Universidad de Chicago \(Chicago GSB\)](#) diseñó un programa pionero que se desmarcaba del único tipo de MBA impartido hasta la fecha. El objetivo de la iniciativa era dar respuesta a las necesidades específicas de directivos con dilatada experiencia en puestos de responsabilidad. El MBA Full Time iba dirigido, fundamentalmente, a estudiantes con su carrera superior recientemente concluida, como es lógico, con muy escasa experiencia laboral. Al lado de estos meros 'aspirantes a gestor', poco podía aprender un director curtido en mil batallas. En todo caso les podría dar algún que otro consejo. Si las escuelas querían llegar a éste perfil mucho más exigente, habrían de ofrecerle un programa docente afín a sus particulares necesidades y, adaptado a la limitadísima disponibilidad horaria propia de un directivo o profesional inmerso en la vorágine laboral.

El llamado 'EMBA' o 'Executive MBA' -'MBA para Ejecutivos' en su acepción española- supuso la primera ampliación de un mercado educativo aún corto en alternativas. Su aparición en 1943 inauguraba un proceso de evolución en las escuelas de negocio a partir del cual surgirá un amplio repertorio de programas diseñados para dar respuesta a problemáticas dispares: 'MBA Part Time' y 'Week End MBA' para aquellos con disponibilidad horaria muy limitada, MBAs especializados para profesionales que deseen acceder a puestos de dirección en sectores o áreas muy concretas, etc.

Los años 70 supondrían la consolidación del EMBA en Estados Unidos: todas las escuelas de renombre ya lo incluían en su catálogo. Nació en 1981, con el apoyo de escuelas, corporaciones y publicaciones de referencia, el [Executive MBA Council](#), organismo creado para la defensa, promoción y mejora permanente de la educación ejecutiva en lo que toca a este particular programa.

No tardaría en desembarcar el EMBA en Europa. A partir de los 80, se extendería con gran rapidez, impulsado por el enorme interés que este programa despertaba entre los directivos. Con los años, la oferta de MBAs para ejecutivos impartidos en Europa y en España supera, en número, a la oferta de de los MBAs Full Time. Sin duda, la compatibilidad del programa con el horario laboral ha influido decisivamente en su éxito.

La formación de empresas ha sido otra actividad que ha irrumpido con fuerza en las escuelas de negocio de todo el mundo. Este tipo de programas se caracteriza por tener una carga lectiva reducida -muy alejada desde luego de lo que es un programa de postgrado (a veces no son más que breves seminarios)- y enfocada a transmitir conocimientos o destrezas en áreas o sectores muy concretos. Estos pueden ser abiertos o a medida, según sean adaptados o no a los requerimientos de las empresas o profesionales que los contratan.

Las dos últimas décadas han confirmado este producto como uno de los más pujantes en el mercado de la educación ejecutiva. Entre las escuelas de negocio hay verdaderos gigantes de esta modalidad de formación continua, a la que han ido dedicando paulatinamente mayores esfuerzos. Y es que suponen una fuente de ingresos nada despreciable aunque desde el punto de vista académico atraen un alumnado menos cualificado (mandos intermedios de escaso currículo) y, además, ha desviado atención y recursos -económicos y humanos- antes dedicados a la investigación.

La rentabilidad se impone

No cabe duda de que la educación empresarial durante el último cuarto del SXX se ha consolidado como un sector de gran complejidad, con una oferta altamente diversificada y una abultada cifra de negocio. La creciente rivalidad de las grandes corporaciones educativas siguió estando en el terreno académico pero también entró en el peligroso terreno económico. De hecho, el factor económico estaba ganando peso en las decisiones estratégicas de las escuelas, lo cual, además, condicionaba el diseño de los MBAs. Tal circunstancia amenazaba con relegar cualquier meta académica a un segundo plano.

En este escenario de extrema competitividad, los rankings estaban llamados a jugar un papel muy destacado en el ámbito de la educación ejecutiva. Un precedente lo encontramos en el Informe 'Carter' (Carter Report) de 1977 en el que se incluyó un ranking de MBAs en base al número de artículos académicos publicados por su equipo docente. No obstante, fue en 1986 cuando Business Week se convertiría en la primera publicación del mundo en lanzar un ranking de MBAs. Para la elaboración de esta lista, el rotativo económico realiza cada dos años una detallada encuesta a miles de graduados en los MBA objeto de estudio y otra a varias decenas de empresas reclutadoras. Este ranking sigue siendo, a día de hoy, el más influyente del mundo.

Desde hace años se publican otros ranking, asimismo, muy influyentes. El de Financial Times se obtiene a partir de datos cuantitativos proporcionados por las propias escuelas y los ex alumnos. El listado de Wall Street Journal se basa, exclusivamente, en la percepción de los reclutadores ('corporate recruiters'). U.S. News & World Report y Forbes son otros ejemplos destacados. Aparecen claras diferencias entre las metodologías adoptadas por cada una de estas publicaciones, es por ello habitual, encontrarnos que las posiciones de las escuelas fluctúan de modo sustancial según el ranking que consultemos.

No gustan las listas comparativas en los círculos académicos. Buena parte de la clase docente opina que la enorme influencia ejercida por este engañoso mecanismo de selección dirigido al colectivo de estudiantes y profesionales ha tenido consecuencias muy negativas sobre muchos programas y sobre aquellas escuelas obsesionadas con ofrecer un producto atractivo y bien valorado en el mercado. Y es que, para ganar relevancia mediática a través de los rankings, lo que hay que hacer es, ante todo, complacer a aquellos cuya valoración acaba influyendo en las mediciones.

Hay mucho en juego y perder posiciones en las principales listas supone un varapalo de nefastas consecuencias. Para empezar los candidatos, especialmente los extranjeros, no dudan de cambiar sus preferencias hacia otros competidores mejor colocados. Corporaciones,

benefactores potenciales, antiguos alumnos, empleados y, por supuesto, alumnos en curso, todos reaccionan con preocupación ante el temor de ver marginada su institución. Y contra esta amenaza han de luchar los deanes y directores académicos, y tomar medidas oportunas, si no quieren ver peligrar su sillón.

No hay solución en cuestionar los rankings. Nada que decir contra la inconsistencia de los datos, contra la divergencia en las metodologías, contra la escasez de las muestras o la posibilidad de falsedad en cifras y opiniones. Las escuelas son conscientes del enorme interés que estas listas comparativas despierta entre los potenciales candidatos y el mero objetivo comercial hace a éstas tomar medidas a corto plazo para enderezar la situación, acciones encaminadas a mejorar resultados en próximas ediciones y sólo sobre aquellas cuestiones que pueden garantizar una elevada puntuación. Así nos encontramos con que unas listas totalmente arbitrarias y sesgadas condicionan las políticas, planes de acción y distribución presupuestaria de muchas escuelas. Tal es el legado de los ranking, según las voces en contra.

Y lo más perverso de todo este 'juego de apariencias' es que determinados ámbitos académicos quedan marginados, y no por su escasa importancia sino porque carecen de peso específico en la cesta de parámetros reunidos en los ranking. Y de todos ellos, se apunta a la investigación como una de las actividades que más ha perdido con esta engañosa competición de meras cifras. No hay más que ver el declive de los estudios de doctorado registrado en Estados Unidos desde 1991. De quince años a esta parte, el número anual de títulos expedidos ha caído en un tercio y la tendencia parece apuntar a mayores descensos.

Tiempos de rivalidad

A la poderosa industria educativa estadounidense no se le ha conocido rival durante muchas décadas. Entonces sus MBA más prestigiosos acaparaban en exclusiva toda la pléyade de estudiantes internacionales de mayor talento. Éstos no concebía que en otros países pudiera encontrarse una formación de semejante nivel y características. No obstante, de 30 años a esta parte, escuelas asiáticas y, sobre todo, europeas han trabajado para hacerse fuertes en una disciplina académica cada vez más demandada. Con el tiempo, encontramos numerosas escuelas de procedencia muy diversa que han conseguido labrarse una buena reputación al punto de despertar el deseo no sólo de sus compatriotas sino también del público internacional.

Especialmente, la rivalidad entre las escuelas de EEUU y Europa ha sido creciente, circunstancia que ha marcado el devenir del sector en los últimos dos decenios. El fenómeno de la globalización, lejos de perjudicar a las escuelas locales, las ha colocado en una situación muy favorable para llenar sus aulas con directivos y profesionales de su radio de acción. Y es que la expansión internacional genera a las empresas el problema de encontrar directivos que conozcan el mercado interior de los países o continentes donde pretenden establecerse. Lógicamente, las escuelas locales son las que están en mejor disposición para preparar este tipo de perfil tan especial.

Aumenta el número de participantes y además aumenta el número de países donde es posible recibir una formación de calidad. Pero es que, además, un acontecimiento de dimensiones apocalípticas vino también a convulsionar el sector de la educación ejecutiva en Estados Unidos. Aparte de los miles de personas que fallecieron, los atentados perpetrados el 11 de septiembre de 2001 llevaron al gobierno a un cambio de actitud en su política de inmigración con unos efectos que todavía colean en el sector aunque parece que poco a poco la situación se ha ido recuperando. El perjuicio viene, fundamentalmente, de la sustancial subida de las tasas y asimismo del tiempo de tramitación del visado de estudios que en ocasiones puede alargarse hasta los 4 meses. Los estudiantes internacionales, especialmente los asiáticos y los procedentes de países musulmanes, vieron como las posibilidades de estudiar en una escuela de prestigio norteamericana se reducían notablemente, incluso desaparecía.

Un informe realizado por [NAFSA \(Association of International Educators\)](#), conjuntamente con otras cuatro asociaciones educativas de Estados Unidos, en noviembre de 2004, confirmó la tendencia a la baja de las matriculas en las grandes escuelas de negocio del país. Ese año,

las principales escuelas del país notificaron descensos de matrícula en torno al 15 ó 20% respecto a años anteriores.

Así y todo, los datos más recientes, en este caso aportados por el [Council Graduate Schools \(GSC\)](#) -asociación que aglutina el conjunto de escuelas y universidades estadounidenses que imparten estudios de postgrado-, han puesto de manifiesto la recuperación de las escuelas de postgrado estadounidenses en lo que se refiere a captación de estudiantes extranjeros. Ciertamente que algunas de los mayores centros del país no se han recuperado, si bien, el informe ha constatado asimismo el importante repunte de matrículas extranjeras en escuelas medianas y pequeñas. 2004 marca un cambio de tendencias: entonces se produjo un descenso moderado de la cifra global en primeras matrículas de alumnos extranjeros (-6%); ya en 2005 la cifra de primeras matrículas fue ligeramente positivo (1%) mientras que la de matrículas totales aún bajaba (-3%); sin embargo, el informe de 2006 (sobre el curso 2005/2006) ya reflejó un importante incremento en matrículas de estudiantes de postgrado extranjeros (12%) y también, aunque moderado, en matrículas totales (1%). Así pues, todo apunta a que el efecto '11-S' sobre la cifra de estudiantes de postgrado extranjeros pronto quedará anulado.

Europa lanza sus redes

Mucha de esta primera hornada de rebotados 'post 11-S' recaló en las pujantes escuelas europeas, algunas de las cuales llevaban tiempo obteniendo resultados muy destacados en los principales rankings internacionales. Ejemplos como la London BS, INSEAD, IMD, Instituto de Empresa o IESE, dejaban claro el alto nivel docente que alcanzaban sus MBAs; nada que envidiar a los ofrecidos al otro lado del atlántico.

Pese a que el mercado laboral para los MBAs estos últimos 15 años se ha mostrado titubeante a nivel mundial, las cifras del sector en España han dibujado una firme trayectoria ascendente. Especialmente de 10 años a esta parte, la facturación del sector ha registrado crecimientos anuales sostenidos en torno al 6-10%. Al menos así lo ha registrado la consultora DBK en sucesivos estudios anuales sobre el sector de las escuelas de negocio españolas. Nada menos que 490 millones de euros facturaron el conjunto de escuelas de negocio españolas en el año 2004. En 2007 esta cifra parece haberse estabilizado en los 550 millones de euros. Se trata de un sector, por tanto, que empieza a adquirir una dimensión muy considerable, con 5 gigantes de la educación ejecutiva cuya cifra agregada acapara cerca del 45% del mercado (IE, IESE, ESADE, ESIC).

IESE ostenta el liderazgo como escuela que más factura de España, por encima de los 60 millones de euros en 2005. Sin perder la estela le siguen ESADE y el Instituto de Empresa, ambas por encima de los 50 millones de ingreso anual. Echar un vistazo a las cifras de los últimos años da una idea del importante giro que viene experimentando la educación ejecutiva en nuestro país como respuesta a una demanda creciente cada vez más diversificada y por tanto a un mercado más complejo en línea con lo que ocurre en Estados Unidos y en los países europeos. Entre otras cosas, crece el peso económico de los cursos cortos a costa de los MBAs y programas de postgrado extensos.

Ante el repunte de la educación ejecutiva en Europa, a las escuelas norteamericanas no les ha quedado otra que asumir un nuevo escenario en el que tienen que compartir protagonismo, incluso aceptar que sus homólogas europeas encabezan ocasionalmente los rankings más prestigiosos del mundo. IMD ya lo ha hecho en varios de ellos y también IESE. En 2005 y 2006, la escuela barcelonesa obtuvo la mejor puntuación global en el [Ranking MBA de la publicación inglesa The Economist](#).

La globalización pide colaboración

La internacionalización ha sido siempre un objetivo muy presente en las escuelas de negocio. Aunque se trata de un invento genuinamente americano, pronto quedaría claro que la educación empresarial habría de traspasar el ámbito local para consolidarse como un fenómeno de índole supranacional. Las escuelas norteamericanas desde sus primeros años se han mostrado muy predispuestas a incorporar el talento venido de otros países. De hecho, la aportación de esta élite académica y profesional traída del extranjero ha sido clave para encumbrar a Estados Unidos al estatus de primera potencia mundial en el terreno económico,



político y científico. Y candidatos no iban a faltar, dado el estado de guerra y precariedad laboral que reinaba en Europa, y también en otros continentes, y las escasas posibilidades de prosperar que tenían muchas personas de enorme potencial.

Una vez formado, mucho de este talento volvería años más tarde a sus países de origen para crear en algunos casos MBAs o programas de formación empresarial, incluso, a veces, para fundar escuelas de negocio. En este proceso será importante la colaboración de las escuelas

'madre' y tenemos ejemplos muy significados en Europa de proyectos educativos surgidos al amparo de los grandes centros de negocio norteamericanos. En este sentido, ha sido muy destacado el apoyo de Harvard Business School al IESE para el lanzamiento en 1964 del primer MBA en territorio español. Esta colaboración se extenderá a otros campos y proyectos en años posteriores y fruto de ello nacería Comité Asesor Conjunto Harvard-IESE.

En Asia también el 'Amigo Americano' dejará su impronta, aunque en este caso quien primero tomó la iniciativa fue [Wharton School](#). Fue, concretamente, en 1955 cuando fundó en la capital de Pakistán la escuela de negocios decana en Asia, el [Institute of Business Administration](#).

En los 70 la educación ejecutiva ya había alcanzado un alto nivel de desarrollo en Europa con lo cual sus escuelas también iniciarían una disputada carrera por conquistar los mercados internacionales. De nuevo IESE se lanzaría rápido a la aventura internacional. México fue su primera meta: en 1967 colaboraría con varios académicos y empresarios mexicanos para la creación de [IPADE](#) en la capital del país. Desde entonces ha apoyado la creación de al menos 15 escuelas de negocio en multitud de países, siendo especialmente destacada su implicación en la creación del IAE en Argentina (año 1978) y [CEIBS](#) en China (1993).

Entre Norteamérica y Europa la comunicación ha sido a partir de los 80 muy fluida, siempre en una doble dirección y en términos de igualdad. Esta decidida apuesta por la colaboración internacional cosecharía logros importantes gracias en buena parte a la activa intermediación de instituciones como [NAFSA \(Association of International Educators\)](#) -creada en EEUU ex profeso para ayudar a los docentes y sus instituciones en el proceso de internacionalización- y, sobre todo, las tres mayores asociaciones internacionales de certificación: AMBA, EFMD y AACSB.

En cualquier caso, será en los MBA donde el factor internacional cobre una importancia capital. Concretamente, los esfuerzos de las escuelas en los dos últimos decenios se han centrado en alcanzar acuerdos con sus pares en otros países y continentes para así incorporar programas internacionales de intercambio. El objetivo, en definitiva, es reunir un alumnado más internacional y al mismo tiempo ofrecer en sus MBA una amplia oferta de escuelas de prestigio y países donde realizar parte del programa académico o las prácticas profesionales. A menudo, los acuerdos entre escuelas contemplaban también el intercambio de profesores.

Los 90 abrirían una etapa de fuerte internacionalización de la educación ejecutiva. Reforzar los programas de intercambio seguiría siendo preferente, pero ya muchas instituciones empezaron a plantearse avanzar en este proceso expansivo. Una opción factible sería la organización de programas conjuntos entre varias escuelas. Con esta idea saldrían al mercado de postgrado iniciativas destacadas como el Master (Sc.) in International Management - promovido en 1988 por un consorcio de escuelas de varios países europeos, [CEMS](#), el cual, tras dos décadas de actividad, suma un total de 26 asociados- o la alianza '[TRIUM](#)' de tres reputadas instituciones de Nueva York -NYU Stern-, Londres -London School of Economics- y París -HEC School- para impartir conjuntamente un Global MBA en varias ciudades.

Algunas, las más decididas, han optado directamente por abrir sede en otros países. Chicago GSB, aparte de ser la primera escuela en impartir un EMBA en Europa y Asia, ha sido la

primera en disponer de campus permanente en tres continentes: América -desde 1881 en Filadelfia-, Europa -desde 1994 en Barcelona y luego en Londres- y Asia -desde 2000 en Singapur -. También relevante por su proyección internacional, [Thutherbird](#), dispone, aparte de su sede matriz en Arizona, de un campus en Francia y de sedes 'compartidas' en república Checa, Suiza, Rusia y México. Además, imparte programas conjuntos con otras instituciones en Perú, Brasil y Taiwán.

Entre las europeas, [INSEAD](#) es el caso más significado en cuanto a proyección internacional. Hace unos años sumó al campus de Fontainebleau -Francia- uno también permanente en Singapur -Asia-. Además, en 2006 inauguró un centro en Abu Dhabi -Emiratos Árabes-. Recientemente, en 2007, ha echado raíces en Estados Unidos abriendo oficina en Nueva York, de momento para reforzar sus intereses y proyectar su marca en el mercado americano, si bien no descartan en el futuro realizar actividades académicas. La escuela francesa desarrolla desde 2001 diversas acciones conjuntas en Estados Unidos y Francia junto a Wharton School a raíz de un importante [acuerdo estratégico firmado por ambas instituciones](#) con implicaciones de carácter académico (intercambio de alumnos en los programas MBA; y 'coorganización' de programas abiertos para ejecutivos).

Los MBAs en entredicho

Pero esta fuerte impronta internacional no libraría a los MBA de las voces discordantes que empezarían a sonar nada más iniciarse el presente siglo. Ahora las críticas venían en distinto sentido a aquellas que hace cinco décadas obligaron a redefinir los desfasados programas de las primeras escuelas de negocio. Desde el ámbito industrial y empresarial, se achacaba al modelo de MBA vigente la escasa atención que prestaba a los negocios modernos ante la cambiante coyuntura productiva y económica. Además, se tildaba a los programas de academicistas, demasiado teóricos, poco prácticos, ajenos a la problemática real de los negocios. De los graduados se reprochaba su tendencia a la aproximación analítica y cuantitativa de las cuestiones empresariales cuando las compañías, muy al contrario, precisan de directivos con habilidades (directivas) intangibles, tales como, liderazgo, capacidades comunicativas y sociales o empatía. En cuanto a claustro docente: qué podían enseñar profesores que en su mayor parte no gozan de una dilatada experiencia laboral, más interesados en la investigación que en proveer soluciones prácticas a las cuestiones empresariales.

[Henry Mintzberg](#) coincide en señalar esa 'obsesión por los números' como uno de los males que de manera más persistente ha minado la credibilidad académica y efectividad práctica de los MBA, una fatal tentación de la que ni siquiera escuelas tan reputadas como Harvard BS y Wharton BS han logrado escapar. La voz más escéptica de estos últimos años se hizo oír en 2004 [con la publicación de un libro](#) que echó por tierra la idea 'incuestionable' de que el MBA es un programa imprescindible -el más apropiado- en la preparación de futuros directivos. De hecho, fue más allá calificándolos con cierta sorna como una peligrosa 'amenaza para la sociedad'.

Según este veterano profesor de Estudios de Gestión en la Universidad de McGill en Canadá, el primer error en el que se cae en un MBA es en la equivocada elección de los alumnos. Son éstos, en general, jóvenes profesionales ambiciosos e impacientes, analíticos y, además, inexpertos, no digamos ya en funciones directivas. Peor aún, éstos insensatos entran en el aula convencidos de que lo suyo es gestionar. Tienen la falsa impresión de que un director es una persona muy importante, desconectada del trabajo diario de la producción de mercancías o la prestación de servicios, y que sus decisiones han de estar sustentadas fundamentalmente en el análisis, siendo su misión, sobre todo, la de establecer estrategias para que el resto las lleve a cabo.

"Síntesis y no análisis". Y es que Henry Mintzberg nunca definiría la dirección como una profesión en sentido estricto; tampoco como una ciencia. Es un oficio que se aprende con la experiencia y es también un arte que, desde luego, no se va a desarrollar en el aula. Y en esto lanzaba una atroz crítica hacia el método del caso, pues de él nada en claro puede sacar un joven profesional con ninguna o muy contadas experiencias en dirección. Así es imposible establecer relaciones con los casos que se le van exponiendo diariamente en clase. En esas

someras exposiciones de los dilemas de un director, real o ficticio, en apenas unas horas, es ridículo pensar que se pueda conocer una situación que se antoja muy compleja, y menos aún creer que a partir de ahí es posible realizar un veredicto coherente.

Reconoce, no obstante, que las escuelas de negocio -dado su enorme red de contactos y de ex alumnos en puestos de gran poder- siempre estarán en situación propicia para ofrecer a sus alumnos los mejores puestos. Y es digno de resaltar uno de los principales atractivos de las más activas escuelas de negocio, que no es otro que el de prestar a sus alumnos el mejor servicio de colocación que uno pueda imaginarse.

Por tanto, este autor se manifiesta favorable a un modo de educación directiva que, sin embargo, ha de cimentarse en torno a una rica y larga experiencia profesional previa, que permita compartirse con otros experimentados directivos. Un método donde se encontraran la reflexión personal y la experiencia compartida. A aquellos jóvenes profesionales en el principio de su carrera les aconseja, por el contrario, que no vayan en busca de la fama y el dinero inmediatos. Sin más dilación, han de estar prestos para aprender a través de la experiencia. Buscar un sector, una industria o negocio, por el que se sienta mayor predilección, buscar un buen trabajo en términos de experiencia laboral, y a él entregarse con determinación y continuidad. Demostrada la valía, pasando a ocupar puestos de responsabilidad, acumuladas experiencias, será momento de que comience una formación en dirección de verdad enriquecedora, incluso valiéndose del 'método del caso' pues en tales circunstancias sí puede ser un recurso eficaz.

Obsesión por la retribución

El testigo de los disidentes lo ha recogido muy recientemente Rakesh Khurana. Este profesor asociado de de Comportamiento Organizacional de la Harvard Business School ha publicado en septiembre de 2007 un libro -'From Higher Aims to Hired Hands: the social transformation of American business schools and the unfilled promise of management as a profession'- que lanza una feroz crítica al actual modelo educativo que rige en las escuelas de negocio y, sobre todo, al producto que sale de ellas, es decir, a los 'graduados MBA'. En opinión de Khurana hace tiempo que éstos no representan el ideal con el que surgieron este tipo de facultades allá por 1881: hacer de la dirección empresarial una profesión comparable en prestigio y rigor académico a las de derecho o medicina, por ejemplo.

El autor se lamenta de que estos centros han pasado de tratar de formar a alumnos "con unos conocimientos específicos y ciertos códigos de conducta formales e informales y, fundamentalmente, la idea de servicio" a crear directivos cuya exclusiva preocupación es dar beneficios a los accionistas. "En el curso de la historia el lógico profesionalismo que subyacía en la primera fase formativa se cambió primero por una lógica administrativa que enfatizaba el conocimiento profesional frente a los ideales y después por una lógica de mercado" escribe Khurana.

Todo esto ha tenido una repercusión directa en los MBA hasta tal punto que hoy en día gran parte de su profesorado está compuesto por expertos en economía, matemáticas y finanzas, pero "no intrínsecamente interesados en los negocios". Así las cosas, las facultades terminan dirigiendo a sus estudiantes hacia empleos en las áreas de finanzas y consultoría, que además son los mejor pagados, cuando no son éstos los que deciden directamente acudir a compañías de capital riesgo y otras firmas de inversión para rentabilizar al máximo su inversión en el MBA. A fin de cuentas, la formación ejecutiva de postgrado se ha convertido, según Khurana, en un negocio donde las escuelas venden un producto, los MBAs, y los estudiantes no son más que consumidores. Y como en todo mercado, hay 'marcas' que gustan y triunfan más que otras. Esto ha convertido al proceso de selección, es decir, el entrar a un determinado centro, en el verdadero objetivo de muchos alumnos como paso obligado para acceder a sus potentes redes de contactos, puerta para un próspero futuro.

'From Higher Aims to Hired Hands' denuncia la fuerza que han cobrado los aspectos puramente económicos en el ámbito educativo. Ya no se trata de contar con la mejor oferta formativa, sino de ver quien es capaz de rentabilizar en mayor medida y en menor tiempo la

inversión monetaria que suponen los MBA. Es una concepción que, para colmo, fomentan los ranking más influyentes.

Dado que el desmedido peso del factor económico, las firmas de capital riesgo, consultoría, finanzas y banca de inversión son ahora objetivo prioritario de los licenciados, en perjuicio de actividades más tradicionales menos 'rentables' como la industria.

Las cifras no engañan y, por ejemplo, en la Wharton lejos han quedado los tiempos en los que gran número de los estudiantes se decantaban hacia por la industria de la automoción; ahora, sólo un 1,5% se decanta por este sector. Por contra, el 66% de sus graduados acude en tropel al sector servicios, especialmente a consultorías y firmas de finanzas. No se trata de un caso aislado sino de una tendencia que se repite en todos los centros estadounidenses. Tuck School of Business envía al 34% de sus alumnos a formas relacionadas con servicios financieros y al 32% a consultoras. Curiosamente los sectores donde mayor retribución salarial logran. Lo mismo ocurre en otras facultades de renombre como Stanford Graduate School of Business o Harvard BS. En la primera, el 39% de sus graduados se decantan por puestos financieros y de contabilidad y un 31% de consultoría.

La preferencia de los 'mbas' deja al descubierto uno de los principales males del mundo empresarial y por lo tanto de las escuelas de negocio: los estudiantes ya no aspiran a ser directores ejecutivos o consejeros delegados (sólo un 8% de media entre las tres escuelas anteriormente mencionadas lo es).

En su libro, Khuraha identifica la falta de ética como otro de los problemas de los directivos actuales y lo relaciona con los recientes escándalos financieros como los de WorldCom o Enron. El profesor precisa al respecto que las escuelas de negocios ya han comenzado a tomar medidas en estos asuntos introduciendo un componente deontológico en sus programas. A esto hay que unir el aumento de los temas relacionados con la Responsabilidad Social Corporativa, tan de moda ahora, y que, hasta cierto punto es un reflejo de la pretensión primigenia de lo que debería ser un ejecutivo. Khuraha apunta, por último, la necesidad de "volver a alcanzar un equilibrio en su relación con los estudiantes, facultades, negocios y la sociedad" con los ideales de profesionalismo y de un liderazgo profesionalizado como guía.

No es la única voz discordante en este sentido. Muchas empresas ya han mostrado su desencanto con los estudiantes que reciben de las escuelas de negocio por el escaso desarrollo de sus habilidades interpersonales. La queja más generalizada entre los reclutadores es que reciben candidatos muy bien preparados en todo lo relacionado con los números (contabilidad, finanzas, auditorías, balances...) pero con escasa capacidad de comunicación y liderazgo. Es decir, no tienen suficientes habilidades directivas.

Esto ha hecho proliferar en los últimos tiempos todo tipo de programas de desarrollo del liderazgo ('Leadership Development Programme' en inglés), además de introducir otros elementos como el 'coaching' y potenciar las tutorías personales en sus MBA. En el fondo, es una especie de vuelta al pasado para, como indica el profesor Kurhala, recuperar la esencia de lo que debe de ser un buen dirigente: no sólo un gran estadista, sino una persona con capacidad para dirigir una empresa y a la vez contribuir también a mejorar su entorno.

Y llegó la gran crisis

Parece que muchas de las críticas que algunos expertos habían lanzado hacia las escuelas de negocio y los MBA se han confirmado estos dos últimos años con la llegada de la crisis financiera internacional. Al menos los acontecimientos ocurridos en los dos últimos años ha provocado que las escuelas de negocio hayan tenido que mirarse a sí mismas con cierto espíritu crítico y constructivo. Muchos políticos y la opinión pública en general apunta a los directivos y, por ende, las escuelas donde se han formado, como responsables activos de la presente crisis internacional, no se hizo esperar y, además de incluir el estudio de la ética en los programas de formación ejecutiva, escuelas referentes como La [Escuela de Negocios de Harvard](#) ha sido una de las primeras escuelas en hacer autocrítica. Con motivo de su centenario, realizó a finales de 2008 un minucioso estudio sobre los fallos y carencias de los programas MBA que han derivado en las malas prácticas, carentes algunas de la más mínima

ética, de sus graduados cuando han asumido el gobierno de las grandes corporaciones y entidades financieras internacionales. La educación ejecutiva en general y el MBA como paradigma se pone en cuestión en este documento al tiempo que se profundiza en su futuro.

La investigación desarrollada por los profesores Srikant Datar y David Garvin no tiene precedentes en el sector. En ella han participado 30 decanos de las escuelas más prestigiosas del planeta, a los que se ha entrevistado junto a distintos reclutadores y un centenar de alumnos. Un análisis para el que, además, se ha recurrido al método del caso a fin de elaborar escritos concretos sobre la propia Harvard, INSEAD, Stanford, Yale, Chicago y el Centro para el Liderazgo Creativo de Harvard.

Y aunque algunos miembros de Harvard calificaron las conclusiones del estudio como "depresivas", la realidad parece algo diferente, sobre todo teniendo en cuenta el crecimiento de las solicitudes de admisión en los últimos años y especialmente desde el comienzo de la crisis. De hecho, los aspirantes a cursar un MBA no son los únicos que han crecido en número, las escuelas de negocios también lo han hecho. El año 2008 terminará con cerca de 500.000 centros en todo el mundo, 150.000 de las cuales se encuentran en Estados Unidos. Pero ¿hasta qué punto son un reflejo de la realidad estas cifras?

En este sentido, la crítica más repetida a los MBA es su excesiva preocupación por los aspectos teóricos y lo alejados que se encuentran de lo que ocurre en el mundo real. En los últimos tiempos también se le ha añadido una todavía más dura, su incapacidad para generar liderazgo, algo que muchos siguen pensando que no se puede enseñar en un aula, así como su excesivo empeño en perpetuar un modelo basado en el premio a los accionistas.

De acuerdo con ciertas críticas, en la década de los 60 y los 70 los graduados MBA aportaban valor, conocimiento del negocio y de la gestión, lo que les convertía en el 'blanco' perfecto para casi todas las empresas. Ahora el foco de la educación ejecutiva que proveen los MBA ha virado paulatinamente hacia un tipo de graduado muy cualificado en el ámbito cuantitativo, pero sin el conocimiento de las llamadas habilidades blandas. Es decir, no se trata de líderes natos con capacidad para gestionar equipos de personas, motivar, comunicar... como demuestra que casi dos tercios de los graduados en las escuelas de negocios se dirijan hacia el sector financiero y el de la consultoría.

El futuro de los MBA

El informe de Harvard apunta una serie de elementos que todas las escuelas de negocio deberían incluir en su currículum para hacer frente a estos desafíos. Los más importantes son la globalización, la enseñanza experimental y el desarrollo del liderazgo.

La globalización es quizás el cambio más obvio que deben acometer los MBA. Tradicionalmente los programas de educación ejecutiva cuentan con un importante componente nacional e incluso local, que no termina de encajar dentro de un modelo de un mundo de los negocios cada vez más global. Al final, se trata de entender cómo está cambiando el mundo para poder formar a los estudiantes de la manera adecuada. Y según Harvard la mejor forma de hacerlo es a través de diferentes centros de investigación en todo el mundo.

Respecto al segundo de los elementos, lo más importante es hacer hincapié en el apartado práctico, que permita a los estudiantes desarrollar los conocimientos adquiridos en el aula. Un buen ejemplo son los periodos de estudio en otras localizaciones y países que permiten conocer de cerca la forma de hacer negocios en otros lugares.

Por último, el desarrollo del liderazgo es uno de los elementos más complicados. La forma de educar a los líderes ha cambiado a lo largo de los años y la nueva generación de directivos poco tiene que ver con la de hacer unos cuantos años. Sin embargo, sí que existen puntos en común, como las que tienen que ver con la comunicación y gestión de grupos humanos. En el fondo, esta es la diferencia entre formar gestores directivos o administrativos.

Las llamadas habilidades blandas ('soft skills') tienen un componente mucho más práctico y sobre un trato más directo y personal entre profesores y alumno. Por eso, las escuelas de negocio están empezando a cambiar el perfil de profesionales que contratan hacia un perfil más experimentado en el plano práctico y los denominados coaches, que paulatinamente comienzan a entrar en el mundo de la educación ejecutiva.

Centros para el liderazgo, asignaturas sobre comunicación, gestión de grupos... son sólo algunos de los avances que se están realizando en esta área. Por su parte, Harvard sigue apostando por combinar sus centros de investigación y programa específico para el desarrollo de habilidades directivas con su ya famoso método del caso.

Sobre el Currículum: qué se estudia en un MBA

Asignaturas como Estadística, contabilidad, marketing, comportamiento organizativo, liderazgo, macroeconomía o informes corporativos están presentes en la mayoría de MBA y forman el núcleo de conocimientos básicos que cualquier alumno espera adquirir en uno de estos programas. A estas hay que añadir una oferta cada vez mayor en el apartado de libre elección como materias que van desde fusiones y adquisiciones hasta gestión del cambio.

Por José Trecet y Manuel Caro

Obligatorias o 'Core Courses' - Optativas o 'Elective Courses' - Programas de Liderazgo y Desarrollo Profesional: las 'Soft Skills' - Ética y otras materias



En teoría, un MBA debe proporcionar a quien lo estudia los conocimientos y habilidades necesarios para ser un buen gestor y un líder empresarial. Este fue el objetivo de los primeros cursos de educación ejecutiva y de los primeros Máster en Administración de Empresas. Sin embargo, identificar las materias clave en el ámbito de la dirección y después poner de acuerdo a los diferentes protagonistas del sector (hombres de negocios en sus principios) no fue ni sigue siendo tarea fácil. De hecho, una de las mayores trabas para la proliferación y reconocimiento académico y oficial de estos programas ha sido la falta de consenso en los contenidos y metodología didáctica.

Todavía hoy persisten las diferencias entre escuelas de negocio, tipos de programa (a tiempo parcial, completo, a medida...) y su duración, por nombrar sólo algunas de ellas. En este sentido, el mundo académico anglosajón, especialmente Estados Unidos, mantiene su particular 'tita y afloja' con el resto del planeta. Las desigualdades son notorias, empezando por los dos años que deben pasar los estudiantes en los campus norteamericanos y siguiendo por el perfil que buscan sus MBA (más jóvenes y con menos experiencia) y terminando por un modelo de enseñanza más marcado por la interacción. Sin embargo, existen una serie de

materias que se repiten independientemente de la facultad o país y que conforman el núcleo de un MBA. En inglés se llaman *core courses*, un término que podría traducirse como asignaturas troncales, obligatorias o fundamentales.

La denominación no siempre coincide y así su nombre puede variar de un centro a otro. Del mismo modo, existen escuelas que ponen más énfasis en un apartado como por ejemplo pueda ser contabilidad financiera que en otros, pero en ninguna deja de inculcar estos conocimientos clave en sus alumnos. Estas materias y sus denominaciones anglosajonas más comunes son:

Estadística (*Business Statistics / Statistics*): Como su propio nombre indica, esta asignatura trata de acercar a los futuros líderes al mundo de la estadística para que, en primer lugar, aprendan a interpretar los datos que aparecen en los informes y, en segundo, para que se familiaricen con el razonamiento lógico que se aplica a esta disciplina. Así, por ejemplo, podrán "sentirse más cómodos y confiados a la hora de preguntar sobre el trabajo cuantitativo realizado por los investigadores de mercado o analistas estadísticos", precisa el MBA de [London Business School](#).

Contabilidad (*Accounting*): Este curso sirve para conocer las bases de la contabilidad y es fundamental para las posteriores asignaturas en las que se profundiza los diferentes aspectos de esta disciplina. En algunos casos puede incluso sustituir a otras clases como las de Contabilidad financiera y directiva, que pasan a ser de libre elección.

Contabilidad Financiera (*Financial Accounting*): los estudiantes aprenden a interpretar y comprender los libros de contabilidad y los asientos financieros. No se trata tanto de saber cómo generar estos datos sino de ser capaz de leerlos.

Contabilidad Directiva (*Managerial Accounting*): esta asignatura utiliza los fundamentos técnicos del análisis financiero para centrarse en la toma de decisiones y el control de una empresa en función de sus datos contables. Además, sirve para conocer las limitaciones y posibilidades de la contabilidad como herramienta de gestión y recursos como, por ejemplo, el flujo de caja.

Estrategia (*Strategy / Business Policy*): en este curso se abordan los aspectos estratégicos de la gestión empresarial como pueden identificar la posición que debe ocuparse en el mercado, analizar la situación de la empresa a largo plazo o elegir una táctica para 'atacar' el mercado. Se trata de obtener una perspectiva global del negocio y aprender a encajar las distintas piezas que forman una empresa (producción, suministros, transporte...).

Marketing (*Marketing*): en mayor o menor profundidad, todos los MBA incluyen un módulo de *marketing* donde los alumnos aprenden los fundamentos de esta disciplina y las principales técnicas de mercadotecnia en todos los ámbitos de venta, así como la fórmula para identificar las necesidades de los clientes.

Informes Financieros (*Financial Reporting*): aunque los altos directivos apenas sí se involucran en la realización de un informe financiero, las escuelas de negocio consideran que deben conocer cuáles son sus componentes y cómo se llevan a cabo.

Gestión de operaciones (*Operations / Process & Operations Management*): esta área del conocimiento abarca todo lo relacionado con el proceso manufactura, así como el transporte y distribución de los artículos o servicios que comercializa la empresa. Se trata de entender toda la cadena productiva.

Ética (*Ethics / Ethics and Corporate Social Responsibility*): aquí los estudiantes aprenden el componente ético de la labor directiva y la responsabilidad moral que todo ejecutivo debe tener con la sociedad.

Comportamiento organizativo (*Organisational Behaviour*): es una de las asignaturas más complicadas, ya que entra directamente en el campo de la psicología para estudiar las relaciones entre las organizaciones y los individuos. Así, intenta comprender el por qué del comportamiento de las personas y grupos dentro de las compañías e instituciones.

Macroeconomía (*Macroeconomics*): el contexto macroeconómico y cómo se articulan las relaciones económicas y comerciales entre países y empresas. En ocasiones se incluye junto con Microeconomía en una asignatura denominada Economía (*Economics*).

Microeconomía (*Microeconomics*): aprender a interpretar los datos y magnitudes económicas de cada país o región es el objetivo de esta asignatura. En el fondo, sirve para comprender cómo se articulan las economías de pequeña escuela.

Liderazgo (*Leadership / Strategic*): en mayor o menor medida todos los MBA cuentan con una parte dedicada específicamente al liderazgo. En algunos casos es el liderazgo de equipos y personas, en otros el de organizaciones y en otros ambas. En cualquier caso, se trata de analizar las cualidades personales que debe tener un buen dirigente para saber guiar a la empresa y motivar a sus empleados.

Modelos de Decisión (*Decision Models / Data Analysis and Decision Making*): en sus diferentes vertientes, esta asignatura sirve para que los alumnos aprendan la mejor fórmula para afrontar un problema concreto, analizarlo y tomar una decisión al respecto. Entre otras cosas, ayuda a identificar la información más relevante en cada momento, así como a evaluar diferentes riesgos.

Finanzas Corporativas (*Corporate Finances*): esta asignatura aborda los apartados financieros de la labor directiva y los aspectos clave de las corporaciones en el ámbito financiero.

Además de estas asignaturas comunes a la gran mayoría de MBA, cada escuela de negocios añade las materias que considera necesarias para lograr un cierto grado de diferenciación y especialización a su oferta. Este es el caso de los centros londinenses en general, cuya principal fortaleza reside en el área financiera o por ejemplo la capacidad emprendedora de los alumnos de [MIT Sloan School of Management](#).

Un mundo de posibilidades

La palabra 'generalista' se ha aplicado muchas veces de forma peyorativa a los MBA porque debido a su extensión (uno o dos años dependiendo de la metodología y el país) no siempre es capaz de profundizar lo suficiente en todos los aspectos de la alta dirección. Sin embargo, las escuelas de negocio y su programa fetiche están transformándose paulatinamente para alcanzar un mayor grado de especialización. De esta forma, han aumentando el número de asignaturas de libre elección para que cada alumno pueda configurar 'su propio' MBA a medida.

Marketing, finanzas, contabilidad, países emergentes, China... las asignaturas de libre elección abarcan prácticamente cualquier materia que pueda imaginar el alumno. Y si no está programa, algunas escuelas adscritas a universidades ofrecen la posibilidad de cursar materias de estos centros, con lo que las posibilidades se multiplican exponencialmente. [Wharton School](#) pone más de 200 cursos de once departamentos diferentes, en tanto que en otros como [Tuck School of Business](#) el número asciende a 72 o los 70 de London Business School. Pese a todo, también hay algunos temas en los que coinciden las escuelas de negocio como pueden ser:

Emprendimiento (*Entrepreneurship*): se ofrece bien como asignatura aislada o subdividida en diferentes categorías. Generalmente es una optativa destinada a los alumnos que tienen pensado crear su propia empresa al finalizar el MBA, aunque también sirve para identificar nuevas opciones de negocio.

Fusiones y Adquisiciones (*Mergers and Acquisitions*): ante la avalancha de movimientos de concentración en algunos sectores clave de la economía mundial esta es una de las asignaturas más demandadas. En ella los estudiantes aprenden a gestionar este tipo de operaciones tanto desde el punto de vista administrativo como de recursos humanos y, por supuesto, económico.

Gestión del Cambio (*'Managing Change'*): el curso, que en algunas escuelas forma parte del núcleo de obligatorios, muestra cómo pueden flexibilizarse las organizaciones para que sean capaces de adaptarse a una economía cambiante y global.

Habilidades de Negociación (*'Negotiation Skills'*): una de las principales tareas de cualquier directivo es negociar no ya con distribuidores y clientes, sino que también con sus propios subordinados y sobre esto versa la asignatura.

Tecnologías de la Información (*'Information Technology'*): CRM, ERP y otros sistemas de gestión empresarial son básicos para cualquier directivo, además de conocer las últimas novedades en la *web 2.0*.

Mercados Emergentes (*'Emerging Markets'*): la asignatura gira entorno a los diferentes mercados emergentes y cómo invertir en cada uno de ellos. Paralelamente existen otros cursos todavía más especializados y orientados a países específicos (especialmente China) y los MBA Global ofrecen incluso la posibilidad de estancias en las regiones de estudio.

Estas son sólo unas pocas de las asignaturas que se pueden encontrar en las escuelas de negocio, que cada vez amplían más su oferta conforme surgen nuevos campos de conocimiento.

Para dar muestra de la cuantía de asignaturas, los cursos de libre elección que la francesa [Insead](#) ofrece son, entre otros, los siguientes: Informes Corporativos Aplicados (*'Applied Corporate Reporting'*); Presentación de análisis financieros (*'Financial Statement Analysis'*); Gestión de costes estratégicos (*'Strategic Cost Management'*); Gestión de la dinámica de precios e ingresos (*'Dynamic Pricing and Revenue Management'*); Gestión de la toma de decisiones (*'Management Decision Making'*); Modelos de planificación estratégica (*'Models for Strategic Planning'*); Dinámicas de negociación (*'Negotiation Dynamics'*); Estrategias de negociación (*'Negotiation Strategies'*); Teoría del juego avanzada (*'Advanced Game Theory'*); Negocios y el políticas públicas (*'Business & Public Policy'*); Negocios y el sector social (*'Business & the Social Sector'*); Legislación de los negocios (*'Business Law'*); Gestión y economía en países en vías de desarrollo (*'Economics & Management in Developing Countries'*); Gestión medioambiental y responsabilidad corporativa (*'Environmental Management and Corporate Responsibility'*); Europa y la UE en un mundo cambiante (*'Europe and the EU in a Changing World'*); Globalizarse: variantes del capitalismo (Going Global: Varieties of Capitalism); Proyectos de desarrollo internacionales (*'International Development Field Projects'*); Gestión y cálculo del riesgo político (*'Political Risk Assessment & Management'*), Estrategias para Asia y Pacífico (*'Strategies for Asia Pacific'*); Hacer negocios en China (*'Building Business in China'*); Hacer negocios en India (*'Building Business in India'*); Hacer negocios en Silicon Valley (*'Building Business in Silicon Valley'*); Desarrollo de negocio (*'Business Development'*); Taller sobre planes de negocio (*'Business Plan Workshop'*); Emprendimiento en acción (*'Entrepreneurship in Action (Sigma)'*); Gestión de empresas familiares (*'Family Business Management'*); Estudios de campo sobre emprendimiento (*'Entrepreneurial Field Studies'*); Compra apalancada con financiación ajena (*'Leveraged Buy-Outs'*); Gestión del crecimiento emprendedor (*'Managing Entrepreneurial Growth'*); Identificar el potencial emprendedor (*'Realising Entrepreneurial Potential'*); Emprendimiento social (*'Social Entrepreneurship'*); Oportunidades de asociarse y modelos de negocio (*'Venture Opportunities and Business Models'*); Finanzas corporativas aplicadas avanzadas (*'Advanced Applied Corporate Finance'*); Finanzas corporativas aplicadas (*'Applied Corporate Finance'*); Gestión en el sector bancario (*'Bank Management'*); Contratación corporativa y peligros financieros (*'Corporate Restructuring & Financial Distress'*), El riesgo del crédito (*'Credit Risk'*); Aspectos financieros del gobierno corporativo (*'Financial Aspects of Corporate Governance'*); Hedge Funds e inversiones alternativas (*'Hedge Funds and Alternative Investments'*); Gestión financiera internacional (*'International*



Financial Management'); Inversiones ('Investments'); Opciones y otros derivados ('Options and Other Derivative Securities'); Gestión de la marca ('Brand Management') Business to Business Marketing; Estrategias de aproximación al mercado ('Market Driving Strategies'); Marketing y comunicación ('Marketing Communication'); Marketing estratégico en el sector farmacéutico ('Pharmaceutical Marketing Strategy'); Estrategias y tácticas de precios ('Pricing Strategies & Tactics'); Carrera profesional y auto-evaluación ('Career Dynamics and Self-Assessment'); Liderazgo y cambio ('Leadership & Change'); Poder y política ('Power & Politics'); Elementos psicológicos de la gestión ('Psychological Issues in Management'); Grupo de estudio de la Estrategia Blue Ocean ('Blue Ocean Strategy Study Group'); Estrategia global y gestión ('Global Strategy and Management'); Análisis de la industria y la competitividad ('Industry and Competitive Analysis') Gestión de medios de comunicación 1 y 2 ('Managing Media Companies'); Fusiones, adquisiciones, alianzas y estrategia corporativa ('Mergers, Acquisitions, Alliances & Corporate Strategy'); Ejecución de estrategias ('Strategy Execution'); Estrategia, gobierno y titularidad ('Strategy, Ownership & Governance'); Creación de estrategias ('The Making of Strategy'); Cadenas de distribución competitivas ('Competitive Supply Chains'); Gestión de servicios ('Management of Services'); Gestión de proyectos ('Project Management') y Estrategias para el desarrollo de servicios y proyectos ('Strategies for Product and Service Development').

Programas de liderazgo y desarrollo personal

Una de los grandes caballos de batalla de las escuelas de negocio en los últimos tiempos se centra en el desarrollo de las habilidades interpersonales que debe tener un buen líder. Aunque siempre se incluye entre las asignaturas obligatorias y existen un gran número de libre elección para mejorar áreas de conocimiento concretas, cada vez son más los MBA que incluyen programas específicos sobre las llamadas soft skills. En los últimos años incluso se han incluido dentro del servicios de carreras profesionales.

Estos programas específicos de habilidades de dirección tratan de identificar las deficiencias de los alumnos en áreas como el liderazgo, comunicación, confianza o negociación, además de asesorarle y guiarle durante el proceso en función de sus objetivos profesionales. Un buen ejemplo es el Programa de desarrollo de habilidades y carrera profesional ('Career and Professional Skills Development Programme') de London BS. En él los estudiantes aprenden, en primer lugar, a conocer mejor sus propias limitaciones y posibilidades e incluso pueden elegir qué cualidades potenciar a través de más de 40 cursos diferentes. En este sentido pueden elegir entre desarrollarse como líderes, solventar problemas complejos, formarse como comunicadores o mejorar su capacidad en entrevistas.

La escuela londinense no es la única que cuenta con estos programas. En [Harvard Business School](#) lo denominan LEAD, por su curso 'Leadership and Organizational Behaviour', que podría traducirse como Liderazgo y comportamiento organizativo. [Chicago Graduate School of Business](#) mantiene las siglas, pero no así el nombre que es 'Leadership Effectiveness and Development', Eficacia y desarrollo del liderazgo en castellano. En este caso se desarrolla durante 125 horas en el primer año de estudios y en grupos de 50 estudiantes.

Y es que los programas de desarrollo personal se están convirtiendo en una especie de currículo paralelo que se imparte durante todo el tiempo que dura el MBA. Precisamente esto ocurre con el plan de Desarrollo del liderazgo personal de [Rotterdam School of Management](#) de la Universidad Erasmus, que además obliga a sus alumnos a enfrentarse a situaciones de la vida real.

En otros casos los programas dedicados a las habilidades interpersonales se imparten directamente desde los centros de investigación, como ocurre en MIT Sloan y su Centro de Liderazgo, donde los alumnos pueden encontrar todo tipo de recursos para mejorar sus capacidades en el ámbito ejecutivo.

Ética y otras materias



Es hora de convertir la gestión en una profesión de verdad. Esta afirmación proviene del título (['It's time to make management a true profession'](#)) de un artículo conjunto entre Rakesh Khurana y Nitin Nohria, dos profesores del programa de MBA de la Harvard Business School especializados en *Management*, a modo de crítica a las escuelas de negocio que marginan los valores éticos en su enseñanza

Tras las consecuencias de la reciente crisis económica internacional, se ha abierto el debate sobre la culpabilidad en la misma de las escuelas de negocio, en las que se habían formado casi la

totalidad de los consejeros delegados de las grandes empresas que han sufrido el *crash*. Y es que si médicos o abogados suscriben un compromiso ético que rige el resto de sus carreras profesionales, por qué no deben hacer lo mismo los dirigentes de grandes multinacionales de las que dependen países y millones de personas.

Con este argumento, los profesores Khurana y Nohria, apuntan que la dirección de empresas debe enseñarse y regularse como una profesión análoga a la Medicina o el Derecho, con su propio código de conducta profesional y con organismos responsables de otorgar o revocar la licencia para ejercer la dirección de empresas si hubiera infracciones al código. Y aquí, el papel del Estado, las universidades y escuelas de negocio resultaría fundamental.

Las escuelas de negocios por tanto, tras hacer autocrítica sobre si en los últimos años sólo se han preocupado por los puestos que ocupan en los rankings o los salarios que alcanzan sus graduados al completar sus programas MBA, comienzan ahora a reforzar sus planes de estudios con contenidos de reflexión moral. Incluso hay promociones, como las del último MBA de Harvard, que se adhieren a juramentos hipocráticos.

No obstante, sobre esta reivindicación del papel de la ética todavía existe la duda de si se trataría sólo de introducir talleres de responsabilidad social corporativa o de integrar la ética en el resto de asignaturas para evitar perder el sentido de responsabilidad a quien dirige los destinos de una empresa o decide cómo invertir los ahorros de otras personas.

También desde Harvard se apunta a una serie de elementos que todas las escuelas de negocio deberían incluir en sus curriculum para hacer frente a los nuevos desafíos. Los más importantes son la globalización, la enseñanza experimental y el desarrollo del liderazgo.

La globalización es quizás el cambio más obvio que deben acometer los MBA. Tradicionalmente los programas de educación ejecutiva cuentan con un importante componente nacional e incluso local, que no termina de encajar dentro de un modelo de un mundo de los negocios cada vez más global. Al final, se trata de entender cómo está cambiando el mundo para poder formar a los estudiantes de la manera adecuada.

Respecto al segundo de los elementos, lo más importante es hacer hincapié en el apartado práctico, que permita a los estudiantes desarrollar los conocimientos adquiridos en el aula. Un buen ejemplo son los periodos de estudio en otras localizaciones y países que permiten conocer de cerca la forma de hacer negocios en otros lugares.

Por último, el desarrollo del liderazgo es uno de los elementos más complicados. La forma de educar a los líderes ha cambiado a lo largo de los años y la nueva generación de directivos poco tiene que ver con la de hacer unos cuantos años. Sin embargo, sí que existen puntos en común, como las que tienen que ver con la comunicación y gestión de grupos humanos. En el fondo, esta es la diferencia entre formar gestores directivos o administrativos.

Acreditaciones MBA: calidad ante todo

Tres acreditaciones se disputan el liderazgo internacional. Una muy fuerte en Gran Bretaña, otra sólida en Europa y otra intratable en Estados Unidos. Rivalidades aparte, no les falta a las 'Tres Coronas' número de candidaturas, al menos mientras las escuelas anden necesitadas de este tipo de certificaciones de calidad académica como fórmula para diferenciarse en el competitivo mercado de la formación ejecutiva.

Por Fermín Gómez

El sello europeo - El sello británico - El sello americano - El valor de las acreditaciones - Rivales aunque compatibles - Otras acreditaciones



Una acreditación MBA es un 'sello internacional de calidad' para los programas impartidos por las escuelas de negocio. Su importancia radica en que sirve como referente de calidad académica, tanto para aquellos profesionales que buscan un buen master como para las empresas reclutadoras que buscan perfiles directivos. No llega a aportar información definitiva a efectos de elegir un MBA, sin embargo, da luz en un mercado tan amplio, globalizado y competitivo como el que toca.

Las primeras iniciativas encaminadas a acreditar la calidad académica de escuelas de negocio y programas MBA tienen su origen en Estados Unidos. Por eso no debe extrañar que ese sea el país que más ha avanzado en esta materia. Concretamente, el primer organismo que puso en marcha un sistema de análisis y certificación de escuelas de negocio fue la [Association to Advance Collegiate Schools of Business](#) (AACSB). Esta asociación ha logrado una gran aceptación entre las escuelas de negocio estadounidenses, donde es un referente cualitativo incuestionable. Pero su proyección internacional ha sido igualmente extraordinaria y en estos momentos ostentar su sello es un objetivo prioritario para muchas escuelas de negocio de los cinco continentes. La AACSB es una de las dos agencias acreditadoras estadounidenses reconocidas por el [Council for Higher Education Accreditation](#) (CHEA). El otro organismo con aval estatal en EEUU es la [Association of Collegiate Business Schools and Programs](#) (ACBSP), encargada ésta de acreditar instituciones y programas de formación profesional preuniversitaria en el campo de los negocios y la gestión de empresas.

Aparte de la poderosa [AACSB](#), existen otros dos sistemas de acreditación con gran implantación internacional: una europea, [EQUIS](#), y otra británica, [AMBA](#). Son lo que se conoce como 'Tres Coronas'.

El sello europeo

Lanzada en 1997 por la [European Foundation of Management Development \(EFMD\)](#), la [European Quality Improvement System \(EQUIS\)](#) es el sello más joven de los tres. Cuenta de

momento con menos miembros acreditados que sus dos competidores, [en total 113 escuelas de 33 países](#). Los [requisitos](#) que una escuela debe reunir para aspirar a esta acreditación son: estar reconocida por las autoridades de su país de origen, tener una adecuada organización, una presencia sustancial en postgrados, formación ejecutiva (uno o preferiblemente ambos), haber diseñado una estrategia definida, disponer de recursos necesarios para proveer de una alta calidad de la enseñanza, un cuadro de profesores lo suficientemente cualificado y hacer una selección exhaustiva de estudiantes con criterios de máxima capacitación. En el proceso de valoración, prima el planteamiento docente sobre cualquier aproximación estadística. La escuela deberá, primero, demostrar un nivel mínimo de calidad en un entorno de competencia internacional; segundo, dejar claro una reconocible proyección internacional; y tercero, integrar las necesidades corporativas en sus planes de estudio.

El [proceso de acreditación](#) requiere una solicitud formal previa ('Formal Application') mediante carta institucional acompañada de documentos de datos ('Data Sheet'). Tras una visita del director y un experto de EQUIS y el visto bueno de un comité ('EQUIS Committee') la escuela deberá realizar un extenso informe de auto evaluación con la asistencia de un equipo designado por la entidad acreditadora. Actuará luego un equipo de revisión internacional para confirmar la veracidad de los datos y plantear posible medidas a la escuela aspirante. Finalmente, el organismo de deliberación EQUIS ('EQUIS Awarding Body') decidirá otorgar la acreditación, bien por 5 años -de cumplir estrictamente los requisitos-, bien por 3 años -de cumplir buena parte de los estándares-, o bien rechazar la candidatura.

El sello británico

Otra de las acreditaciones de mayor alcance internacional es la concedida por la [Asociación de MBAs](#) ('Association of MBAs'), con sede en Gran Bretaña. La AMBA fue fundada en 1967 (primero se denominó Business Graduates Association -BGA-) por un grupo de ocho graduados británicos formados en dos de las escuelas más prestigiosas de Estados Unidos -Harvard BS y The Wharton School-. Desde sus primeros años, ha destacado esta asociación por su mayor cercanía al consumidor (es decir, al graduado) que al colectivo docente o institucional. De hecho, es la única que admite como miembros personas (físicas) que estudian o han estudiado en una escuela acreditada. Para ellas hay servicios específicos, destacando un programa de seminarios de desarrollo curricular y la red social con fines profesionales y contactos académicos. En total, 9.500 estudiantes y graduados MBA de 88 países son miembros de esta asociación.



Considerada la más atípica de las tres, es, además, la única asociación que acredita específicamente programas -MBAs, DBA ('Doctorates in Business Administration'), MBM ('Masters in Business and Management') y no escuelas. Si sumamos las tres modalidades, actualmente gozan de esta acreditación 155 programas de 71 países diferentes.

Los criterios de concesión están diseñados por un Consejo de Acreditación Internacional compuesto por académicos con amplia experiencia y por representantes corporativos, los cuales monitorizan de forma constante estos estándares a fin de ajustarlos a los cambios que se produzcan en las prácticas empresariales y directivas. En cualquier caso, con respecto a las otras acreditaciones, este organismo se muestra menos estricto en sus [estándares de calidad](#).

En concreto, aquellas instituciones que quieran lucir en uno de sus programas el sello de la asociación deberán, primero, aportar información que demuestre la solidez institucional de la escuela, por ejemplo, sobre su misión y estrategia y opiniones contrastadas de las empresas reclutadoras, así como, su viabilidad financiera, su independencia y estructura. En cuanto al claustro, éste deberá ser suficiente para alcanzar todos los objetivos docentes de un MBA y deberá estar convenientemente cualificado y con nivel suficiente para impartir programas de

postgrado, con contactos empresariales, mayoritariamente con doctorado y experiencia investigadora.

Los alumnos de un MBA con esta acreditación, por su parte, habrán de acumular una experiencia mínima de 3 años aunque la media del grupo será de 5 años. También la escuela deberá aportar pruebas del rigor en la selección y de la consecución de un grupo sustancial y variado de al menos 20 matriculados por año. En relación al currículo académico, éste deberá dar cobertura a todas las disciplinas consideradas esenciales en este tipo de programas, incluidas asignaturas novedosas como ética o asuntos sociales. En total, estas asignaturas corresponderán a una carga lectiva mínima de 500 horas, llegando hasta doce los meses para completarlo. Por último, el programa deberá incluir exámenes individuales con un rigor intelectual avalado por controles periódicos. También se valora en esta acreditación la innovación en los métodos docentes.

El sello americano



La [Association to Advance Collegiate Schools of Business \(AACSB\)](#) no sólo es la más antigua de los tres organismos acreditadores -la institución se fundó en 1916 y su sistema de acreditación tomó cuerpo en 1919-, sino es, además, la que más miembros acreditados reúne; más de 550 instituciones en total entre escuelas de grado y postgrado. Ciertamente que la mayoría de instituciones asociadas provienen de Estados Unidos (84%) y Canadá (3%). Pero su vocación internacional es a día de hoy un hecho indiscutible, en tanto en cuanto su consejo de acreditación está compuesto

en un 17% por instituciones no estadounidenses.

La AACSB dispone de dos acreditaciones: una dirigida a programas de contabilidad avanzada (desde 1980) y otra, la más relevante, dirigida a escuelas de negocio (y programas MBA).

Ha destacado tradicionalmente la AACSB por imponer estrictas disposiciones en relación a la composición de contenidos y al programa académico, preocupándose además por aplicar rígidos criterios numéricos en todos los aspectos susceptibles de medición. No obstante, también hay que decir que en los últimos años ha hecho un esfuerzo notable para incorporar criterios más flexibles y cercanos a un planteamiento docente.

La acreditación AACSB sólo se obtiene tras un [proceso continuo y sistemático](#). El caso es que candidato deberá avanzar siguiendo una serie ordenada de pasos: por supuesto, primero tendrá que asociarse en la AACSB, sólo entonces, podrá presentar su candidatura formal (Eligibility Application). Con esta solicitud presentará un borrador a modo de presentación que será corroborado por el equipo de revisión. Luego interviene el Comité de Preacreditación (PreAccreditation Committee) asignando un mentor que revisará el impreso de candidatura ('Eligibility Application'). El mentor hará visitas al candidato y le asesorará para alcanzar los compromisos fijados en el 'Eligibility Application', revisando que se van cumpliendo estos estándares y ayudando a preparar el informe de análisis en el que se fundamentará el plan de acreditación ('Accreditation Plan').

Entra en juego, entonces, el Comité de Acreditación ('Accreditation Coordinating Committee') que revisará el 'Eligibility Application' y las conclusiones del 'PreAccreditation Committee'. Con el apoyo del mentor, la escuela presentará un plan de acreditación ('Accreditation Plan') y plan estratégico ('Strategic Plan'). El 'PreAccreditation Committee' deberá revisar y aprobar el 'Accreditation Plan' y el 'Initial Accreditation Committee' hará lo mismo con el 'Strategic Plan'. No se permitirán cambios en las condiciones iniciales.

La escuela a partir de este punto habrá de someterse a exámenes anuales sobre su progresión en base a lo marcado en el 'Accreditation Plan'. Durante más de 3 años el mentor seguirá trabajando con la escuela para la implementación de 'Accreditation Plan'. El 'Initial

Accreditation Committee' da un plazo de 5 años para completar 'Accreditation Plan' y así alcanzar la acreditación inicial.

Dos años antes de la visita final fijada en el plan se designará un equipo de revisión (Peer Review Team). Este equipo hará un seguimiento de los progresos y logros en la última etapa del 'Accreditation Plan'. Mientras, la escuela irá preparando el Informe de Autoevaluación ('Self-Evaluation Report').

En conformidad con el 'Initial Accreditation Committee', el 'Peer Review Team' al completo revisará el 'Self-Evaluation Report' del candidato y le notificará la fecha de visita definitiva. De esta decisiva visita el equipo de revisión elaborará su propio informe con sus conclusiones y recomendaciones en relación a acreditar el centro, documento que hará llegar al propio aspirante y al comité para que lo ratifique o no. El dictamen de este comité se hará llegar a la Junta Directiva de la AACSB ('Board') para que dé la ratificación definitiva o la rechace.

El valor de las acreditaciones

No obstante las particularidades de cada una, se puede decir que estas tres acreditaciones de referencia se rigen por un patrón muy similar. Cumpliendo unos mínimos, cualquier escuela de negocios puede ser miembro asociado en una, en las dos o en las tres organizaciones al mismo tiempo. Asociarse no es más que un mero trámite; una escuela será aceptada siempre que demuestre que imparte formación empresarial. A efectos de reconocimiento o calidad, este hecho no significa nada. Otra cosa más complicada es que este miembro asociado le otorguen, además, la acreditación, y desde luego aquí no hablamos de una cuestión baladí.

Bien saben las escuelas que obtener alguna de estas acreditaciones tendrá consecuencias muy positivas para su prestigio y proyección internacional. Claro que fracasar en un proceso de acreditación provocará exactamente el efecto contrario, tal es la puesta en evidencia ante los colectivos académico, empresarial y profesional de carencias graves de índole docente. Por eso se ha de tener mucho cuidado al solicitar cualquiera de estas acreditaciones y no hacerlo hasta que se tenga el total convencimiento de que el centro o el programa está preparado para pasar los meticulosos controles de calidad. Y ser cauto en este sentido es posible, en tanto en cuanto las asociaciones no ocultan en ningún momento cuáles son sus criterios y requisitos, así como, los niveles mínimos cuantificados a los que es imprescindible llegar.

¿Son útiles las acreditaciones internacionales?



No cabe duda de que todo interesado en estudiar un MBA de prestigio encontrará en estos distintivos una información sumamente esclarecedora: son prueba manifiesta de que estamos ante un programa de calidad. Concretamente, una escuela que ostenta un sello de estos demuestra que sus programas están en continua actualización para ajustarse a los cambios y para responder a las necesidades del tejido empresarial. Además, certifica que son impartidos por un profesorado cualificado. Son distintivos internacionalmente aceptados; demuestran de manera inequívoca, así pues, que se cumplen unos estándares mínimos de alcance internacional, comunes a todas las escuelas.

También, entre las empresas, las acreditaciones son una referencia muy a tener en cuenta. Especialmente, cuando se trata de seleccionar personal cualificado, el hecho de que el candidato se haya graduado en un programa acreditado denota talento excepcional y capacitación para asumir puestos de responsabilidad.

En definitiva, la consolidación internacional de las 'Tres Coronas' como referente de calidad en el ámbito de la formación empresarial ha sido extraordinario durante estas últimas décadas. Valorados tanto por empresarios y reclutadores como por estudiantes, el hecho de tener uno de ellos o varios en la lista de logros da una clara ventaja en muchos aspectos, tanto de índole laboral como académica. Sobre todo, es en tiempos de sobreoferta de directivos y profesionales altamente cualificados cuando las acreditaciones demuestran su valor diferencial. Se da por seguro que, aquellos que hayan realizado un MBA con esta acreditación, tienen talento y capacidad suficiente para asumir puestos de máxima responsabilidad y un alto nivel de exigencia.

Duros rivales aunque compatibles

No lo manifiestan explícitamente, pero era inevitable que las 'Tres Coronas' terminaran por rivalizar en este mercado tan cerrado y plenamente globalizado y en el que, sin remedio, están obligados a convivir. Así como las escuelas más prestigiosas del mundo luchan a menudo por un mismo candidato, también los organismos certificadores de mayor reconocimiento han de pelear con denuedo para despertar el interés entre las escuelas de negocio sin importar dónde estén radicadas. Ciertamente que cada una es fuerte en su territorio de origen, si bien son conscientes de que su supervivencia a largo plazo sólo pasa por llevar su influencia más allá de sus fronteras.

Las tres asociaciones no se consideran enemigas. Argumentan que cada una es válida de acuerdo a sus particularidades, pero las acciones de cada una denotan la intención de convertirse en la referencia dominante a nivel mundial.

La fuerza de la AACSB se debe, entre otras cosas, a que es la asociación más antigua de las tres y a la gran dimensión de su mercado local: Estados Unidos. No conforme con ser la de mayor afiliación, quiere convertirse en la primera alternativa en el mercado europeo donde dispone de una oficina desde 1998. Esto, no obstante, se antoja bastante complicado dada la posición de dominio que ostenta en el 'Viejo Continente' la EFMD y su acreditación EQUIS. Así y todo, la organización americana ya cuenta entre sus acreditadas con un gran número de escuelas europeas.

Por contra, el nivel de penetración del organismo europeo en Estados Unidos es prácticamente nulo. De hecho, sólo tres escuelas de ese país tienen en sus 'vitriñas' el sello de la EFMD. De Canadá sí hay una amplia representación en la acreditación EQUIS -8 escuelas- y, en Iberoamérica, al menos 5 escuelas lucen este sello. En Asia y Oceanía también ha logrado EQUIS asentarse con relativo éxito: 7 escuelas chinas, 2 de Singapur, 1 coreana, 3 neozelandesas y 7 australianas.

Asia-Oceanía es el último escenario en presenciar la dura puja que enfrenta a las 'tres coronas' en su intento de lograr la hegemonía mundial, carrera que de momento en esa zona no tiene un ganador claro. 20 son las escuelas asiáticas acreditadas por la organización estadounidense y 20 las que ostentan el sello EQUIS. Por su parte, la AMBA se presenta de momento como la más 'débil' en el mercado asiático.

En principio, la AMBA sería la peor colocada en el pulso internacional. No obstante, domina uno de los mercados más deseados en el ámbito de la formación ejecutiva: Reino Unido. También es fuerte en Europa, con 40 programas acreditados, y asimismo en Iberoamérica derrota claramente a sus dos rivales con 20 acreditados.

En cualquier caso, la supervivencia de las 'Tres Coronas' no corre peligro, al menos mientras haya escuelas que apuesten por dos o tres acreditaciones como estrategia para diferenciarse o, al menos, para ponerse al nivel de sus competidoras. Si obtener una de las acreditaciones es un mérito muy reseñable, lo de obtener el 'trío de ases' es un hito que muy pocas instituciones llegan a conseguir. En su búsqueda de prestigio, son, sobre todo, las escuelas europeas las más preocupadas por conseguirlo. Las escuelas estadounidenses, por contra, no lo tienen como un objetivo prioritario. Y es que, para éstas, la acreditación EQUIS no tiene ninguna influencia ni reconocimiento en su territorio.

En definitiva, no llega ni al 1% las escuelas de todo el mundo que reúnen las tres acreditaciones: en total sólo 30 instituciones de las 3.500 contabilizadas. A finales de 2007 eran las siguientes: Aston, Ashridgde BS, Audencia Nantes School of Management, Brisbane GSB, Cranfield School of Management, EDHEC, ESADE, ESCP-EAP, Fundação Getulio Vargas, Grenoble GSB, HEC-Montreal (la primera escuela norteamericana en lograr los 3 sellos), HEC-Paris, Henley Management College, IAE Université Austral, Instituto de Empresa, IMD, INSEAD, London Business School, EM Lyon, Manchester Business School, Manchester Business School, Mychael Smurfit GSB, University College Dublin, Open University Business School, Queen's School of Business, RSM Erasmus, University of Strathclyde GSB, ESC Toulouse, Vlerick Leuven Gent Management School, Waikato Management School, Warwick Business School.



Otras acreditaciones

Aunque ni mucho menos con tanta repercusión, tenemos otras asociaciones que, pese a su carácter más 'local', merecen mención por su solidez en campos o áreas geográficas concretas. Especialmente relevante en Alemania, Austria y Suiza es la [FIBAA \(Foundation for International Business Administration Accreditation\)](#), organismo de acreditación para programas de grado, másteres y diplomas en el campo de la gestión de empresas, economía, informática empresarial (business computing), derecho empresarial, ingeniería y otras disciplinas relacionadas con los negocios. En Italia asimismo existe un organismo acreditador, la [ASFOR](#) (Asociación para el Desarrollo de la Formación Directiva). Fundada en 1971, cuenta en la actualidad con más de 60 miembros y está asociada a la red europea EFMD. Su acreditación, 'Accreditamento Master ASFOR', va dirigida a másteres presenciales especializados, en gestión general y en Administración de Empresas (MBA) y también a másteres online en administración de empresas para ejecutivos (Executive MBA) y especializados para ejecutivos (Specialiced Executive Master). Para el proceso de acreditación la organización cuenta con la colaboración de Pricewaterhousecoopers (en tareas de revisión y verificación de datos e información).

En Latinoamérica, varios países cuentan con sistemas de acreditación nacional para los programas de enseñanza superior y de postgrado. Los más destacados son el Programa de Evaluación e Institucional de las Universidades Brasileñas (PAIUB) y, en Argentina, el [Área de Acreditación de Posgrados](#) de la [Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria](#) (CONEAU). Precisamente esta institución dispone en su web de un útil [buscador online de programas de postgrado acreditados](#).

En el campo de la educación a distancia, existe en Estados Unidos un organismo certificador de fuerte implantación en todo el territorio nacional. Se trata del [Distance Education and Training Council](#) (DETC), un organismo fundado en 1926 que promueve esta modalidad educativa, y por ende de los MBA en formato a distancia y online, al tiempo que apoya la excelencia y vela por su calidad a través de un sistema certificador. Para poder entrar en el proceso de acreditación de la DECT tan sólo es necesario acreditar que el programa en cuestión tiene al menos dos años de actividad.

Europa también dispone desde 2005 de un certificado de calidad en programas en enseñanza en el campo de la gestión empresarial a través de plataforma online: el ['EFMD Cel'](#) (Programme accreditation for teChnology-Enhanced Learning). Detrás de esa iniciativa abierta a proyectos online de cualquier procedencia internacional está la European Foundation for Management Development EFMD, en cuyo desarrollo ha contado con la participación de Swiss Centre for Innovations in Learning (University of St Gallen) y la empresa Spirus Applied Learning Solutions. De momento son 11 los programas educativos que han obtenido este sello

pionero de alcance internacional, entre otros el popular simulador '[Business Marketing Game](#)' de ESSIC, el [U21Global's MBA](#) o el [MBA Online de la University of Liverpool](#).

Rankings MBA

Los rankings se han consolidado como un referente fundamental en el sector de las escuelas de negocio. En primer lugar sirven como referencia para conocer el prestigio de centro y por la información que aportan se convierten en una suerte de guía para aquellos que desean cursar un MBA y aún no tienen claro la escuela que más les interesa. Financial Times, The Wall Street Journal, The Economist, Business Week y FORBES, a nivel anglosajón, o AméricaEconomía y El Mundo, entre los hispanohablantes son algunos de los medios que los publican. A continuación podrá encontrar un repaso a las clasificaciones más significativas.

Por Manuel Caro

**Financial Times - The Wall Street Journal - The Economist - Business Week
- FORBES - AméricaEconomía - ElMundo**

Financial Times

FT elabora diferentes clasificaciones atendiendo a las modalidades de los programas: Executive MBA, Full-time, online, Masters in Management, o de su procedencia: Europa, América, a nivel mundial, etc. y dando preferencia a la opinión de alumnos graduados. El año 2009 se ha caracterizado porque por segunda vez en la historia de su ranking 'MBA Full Time' dos escuelas compartieron la primera posición: una europea, London Business School, y otra norteamericana, Wharton School. En la tercera posición aparece Harvard.



Asimismo, FT ha presentado clasificaciones de programas MBA online, en las que destacan programas de escuelas no habituales en los primeros puestos de este tipo de clasificaciones como el MBA de University of Phoenix, el de Edinburgh Business School de Heriot-Watt University y el de Open University Business School, que ocupan del primer al tercer puesto respectivamente.

Del mismo modo, respecto a los Masters in Management, un programa a medio camino entre los MBA europeos y estadounidenses, este año la alianza de escuelas CEMS, en la que está integrada la española ESADE, ha apartado del primer puesto a la francesa HEC Paris, segunda, y seguida por ESCP-EAP. Una clasificación que confirma el liderazgo de Europa y en concreto de Francia, en este particular nicho de la formación ejecutiva.

[Ranking Financial Times 2009 de mejores MBA Full Time](#)

1. University of Pennsylvania: Wharton (EE.UU.)
1. London Business School (Reino Unido)
3. Harvard Business School (EE.UU.)
4. Columbia Business School (EE.UU.)
5. Insead (Francia/Singapur)
6. Stanford University GSB (EE.UU.)
6. IE Business School (ESPAÑA)
8. Ceibs (China)
9. MIT Sloan School of Management (EE.UU.)
10. New York University: Stern (EE.UU.)

[Dos escuelas comparten liderato en el ranking 'MBA Full Time' de Financial Times](#)

[Ranking Financial Times sobre los mejores MBA online de 2008](#)

1. University of Phoenix (EE.UU.)
2. Edinburgh Business School, Heriot Watt University (Reino Unido)
3. Open University Business School (Reino Unido)
4. Henley Management College (Reino Unido)
5. U21 Global (Singapur)
6. Manchester Business School (Reino Unido)
7. University of Maryland - University College (EE.UU.)
8. Tecnológico de Monterrey (México)
9. The University of Liverpool (Reino Unido)
10. Walden University (EE.UU.)

[El ranking de Financial Times sobre MBA online desvela los cambios en educación ejecutiva](#)

[Ranking Financial Times de Masters in Management 2009](#)

1. Cems (Community of European Management School) (Europa)
2. HEC Paris (Francia)
3. ESCP Europe (Francia, Reino Unido, Alemania, España, Italia)
4. London School of Economics and Political Sciences (Reino Unido)
5. Essec Business School (Francia)
6. EMLyon Business School (Francia)
7. Grenoble Graduate School of Business (Francia)
8. Mannheim Business School (Alemania)
9. ESADE Business School (ESPAÑA)
10. Rotterdam School of Management, Erasmus University (Holanda)

[La alianza europea CEMS ofrece el mejor Master in Management, según Financial Times](#)

BusinessWeek

La publicación Business Week, por su parte, se basa en la información aportada por directivos de empresas importantes. En su ranking por especialidades publicado en 2009 establece los diez mejores centros nacionales e internacionales en doce categorías. University of Chicago Booth



Business School destaca entre las primeras, y la canadiense Queens School of Business entre las segundas.

Chicago Booth Business School es la mejor colocada en la mayoría de clasificaciones con un segundo puesto en cinco de ellas y el primero en el de escuela que más ha mejorado, además estar en el 'top ten' en las doce. El programa del centro de Chicago logra así retener el puesto de privilegio conquistado en 2007. Le siguen de cerca en esa particular lucha Harvard Business School y Kellogg School of Management, que acumulan 11 'top tens'.

Mientras, entre las escuelas internacionales, aquellas que no son estadounidenses, Queens School of Business lidera el ranking y figura en el 'top ten' de once categorías. Le siguen el Instituto de Empresa, que además es la mejor en seis apartados en el año de su debut, e Insead, segunda y tercera respectivamente. La representación española se completa con ESADE, que sube al sexto puesto, e Ise, entre los diez primeros en las doce categorías.

Ranking Business Week por especialidades para escuelas norteamericanas

Contabilidad: Wharton, Booth y McCombs School of Business
Habilidades analíticas: Wharton, Booth y Sloan School Management
Servicio de carreras profesionales: Kellogg, Chicago y Ross.
Habilidades de comunicación: Kellogg, Stanford Graduate School of Business y Wharton.
Competitividad global: Kellogg, Wharton y Harvard.
Finanzas: Wharton, Booth y Columbia Graduate School of Business.
Gestión general: Kellogg, Wharton y Harvard.
Currículum innovador: Stanford, Booth y Kellogg.
Marketing: Kellogg, Ross y Stanford.
Más mejorada: Booth, Darden School of Business y Tepper.
Operaciones y producción: Ross, Tepper y Sloan.
Trabajo en equipo: Kellogg, Anderson School of Management y Booth.

Ranking Business Week por especialidades para escuelas internacionales

Contabilidad: IE, Esade y London.
Habilidades analíticas: Insead, London BS e IE.
Servicio de carreras profesionales: IE, Esade e Ise.
Contabilidad: IE, Esade y London.
Habilidades de comunicación: Insead, IE y London.
Competitividad global: Insead, London e IE.
Finanzas: London, Insead e IE.
Gestión general: Insead, IE y London.
Currículum innovador: IE, Esade e Insead.
Marketing: Insead, IE y Esade.
Más mejorada: IE, Esade e Ise.
Operaciones y producción: IE, Esade e Insead.
Trabajo en equipo: IE, Insead y Esade.

Business Week publica su ranking de mejores MBA por especialidades

The Economist

Y cuando el peso del ranking recae sobre los datos aportados por las propias escuelas -como ocurre en el [Ranking MBA The Economist](#)-, el problema es su falta de rigor y, sobre todo, una cierta tendencia a la sobrevaloración.

En la clasificación de 100 mejores MBAs del mundo elaborada por la revista 'The Economist',



Europa recuperó el liderazgo. IMD es el nuevo referente en programas 'Full Time' según este ranking, que sitúa a una española, IESE, como segunda clasificada. Judge-Cambridge, London Business School y el Instituto de Empresa completan la brillante representación europea en el 'Top 10' de esta importante lista.

El *ranking* 2008 sobre los mejores MBA *full-time* de The Economist deja claro que la distancia entre las escuelas europeas y norteamericanas se ha estrechado hasta equipararse. Ya no es sólo que las representantes del Viejo Continente copen los puestos de honor, entre el *top-ten* se han colado cinco y en el *top-20* hay un total de nueve.

Ranking The Economist 2008 sobre Mejores MBA

1. IMD - International Institute for Management Development (Suiza)
2. IESE Business School - University of Navarra (ESPAÑA)
3. Chicago, University of - Booth School of Business (EE.UU.)
4. Stanford Graduate School of Business (EE.UU.)
5. Dartmouth College--Tuck School of Business (EE.UU.)
6. California at Berkeley, University of--Haas School of Business (EE.UU.)
7. Cambridge, University of - Judge Business School (Reino Unido)
8. New York University - Leonard N Stern School of Business (EE.UU.)
9. London Business School (Reino Unido)
10. IE Business School (ESPAÑA)

IMD destrona a Chicago GSB en el Ranking MBA 'The Economist'

The Wall Street Journal

El último ranking de The Wall Street Journal aupó a la posición más privilegiada a una escuela española: IE Business School respecto a los programas MBA de un año de duración. Entre estos programas intensivos, que duran entre 10 y 15 meses, también destacaron el IMD suizo, en segunda posición, la inglesa Cranfield School of Management, tercera. ESADE es la otra española en la lista de 15 mejores escuelas para estudiar este tipo de programas que se compone de 9 escuelas europeas, cinco estadounidenses y una latinoamericana.



Los más de 2.000 alumnos y ex alumnos procedentes de 48 escuelas de negocio cuestionados por el prestigioso diario estadounidense demostraron que estos programas son mucho más habituales en Europa que en EE.UU., donde sin embargo cada vez adquieren mayor atención, sobre todo entre los estudiantes de más edad, que con el paso de los años están cada vez menos dispuestos a pasar dos años estudiando.

Sin embargo, en la clasificación de WSJ sobre mejores Executive MBA, Kellogg School of Management ha tenido el honor de ser el primer clasificado. Le siguen Wharton School of Business, segunda, y Thunderbird School of Global Management, tercera. Entre los pocos EMBA 'internacionales', es decir, de fuera de Estados Unidos, seleccionados por WSJ, destacan las de escuelas españolas. En concreto, ESADE es el número 18 e IESE el número 24.

Ranking WSJ 2009 sobre Mejores MBA de un año

1. IE Business School (ESPAÑA).
2. IMD (Suiza).
3. Cranfield School of Management (Inglaterra).

4. Northwestern University (EE.UU).
5. Babson College (EE.UU.).
6. ESADE (ESPAÑA).
7. INSEAD (Francia).
8. IAE (Argentina).
9. Miami (OH) Univ. (EE.UU.).
10. Emory University (EE.UU.).

[IE Business School lidera el ranking MBA de The Wall Street Journal](#)

[Ranking de los mejores Executive MBA de 2008 de The Wall Street Journal](#)

1. Northwestern University (Kellogg) (EE.UU.)
2. University of Pennsylvania (Wharton) (EE.UU.)
3. Thunderbird School of Global Management (EE.UU.)
4. University of Southern California (Marshall) (EE.UU.)
5. University of North Carolina (Kenan Flagler) (EE.UU.)
6. University of Michigan (Ross) (EE.UU.)
7. Cornell University (Johnson) (EE.UU.)
8. Columbia University (NY Program) (EE.UU.)
9. University of Chicago (EE.UU.)
10. Duke University (Fuqua) (EE.UU.)

[El mejor Executive MBA, para Kellogg](#)

Forbes

El ranking bienal de Forbes, por su parte, se centra en los beneficios que generan los MBA a sus ex alumnos. Para realizar esta clasificación Forbes contactó con 17.0000 ex alumnos de 103 escuelas de negocios que se graduaron en 2004, pero sólo un 24% contestó. Stanford es el más rentable en Estados Unidos mientras que en Europa la London Business School, para los programas de dos años, e INSEAD, para los de uno, son los que más dividendos reparten.



La publicación analiza los MBA de las principales escuelas de negocios desde un punto de eminentemente económico y se puede decir que es una de las mejores guías para determinar los beneficios dinerarios que puede esperar un alumno de cada escuela. A través de elementos como el precio del programa, el coste de la oportunidad, el salario al terminar el curso y la retribución en un plazo de cinco años la revista es capaz de calcular la tasa de retorno de la inversión de cada MBA.

[Ranking Forbes de los mejores MBA en 2009](#)

1. Stanford (EE.UU.)
2. Dartmouth (Tuck) (EE.UU.)
3. Harvard (EE.UU.)
4. Chicago (Booth) (EE.UU.)
5. Pennsylvania (Wharton) (EE.UU.)
6. Columbia (EE.UU.)
7. Cornell (Johnson) (EE.UU.)
8. Northwestern (Kellogg) (EE.UU.)
9. Virginia (Darden) (EE.UU.)

10. Yale (EE.UU.)

[Stanford lidera el ranking Forbes sobre mejores escuelas de negocio](#)

América Economía

La clasificación del medio económico más importante de América Latina sitúa a Harvard Business School como el mejor centro para estudiar un MBA por tercer año consecutivo. Acompañan a la escuela de New Hampshire en el podio un centro español, IE Business School, en la segunda plaza, y Stanford GSB, que se coloca tercera. Esta clasificación se elabora a partir de la opinión recabada entre estudiantes, profesionales y ejecutivos latinoamericanos.



[Ranking MBA 2009 de AméricaEconomía](#)

1. Harvard BS (EE.UU.)
2. IE Business School (ESPAÑA)
3. Stanford GSB (EE.UU.)
4. ESADE Business School (ESPAÑA)
5. IESE Business School (ESPAÑA)
6. GBS Columbia (EE.UU.)
7. Haas SB (Berkeley) (EE.UU.)
8. Kellogg (Northwestern) (EE.UU.)
9. Thunderbird SGM (EE.UU.)
10. F.W. Olin GSB (EE.UU.)

[Harvard repite como mejor escuela de negocios en el ranking MBA de AméricaEconomía](#)

En ElMundo, por su parte, en su clasificación por categorías de los 250 mejores másteres de España selecciona estos cinco postgrados como los más destacados en el apartado de Administración y Dirección de Empresas: Máster en Management de la escuela ESCP-EAP, Máster en Dirección Comercial y Gestión de Ventas, de EAE, Máster en Dirección Comercial, de ENAE, Máster en Dirección Internacional de Empresas, de la Universidad Carlos III, y el Máster en Administración y Dirección de Asociaciones, de la Universidad Autónoma de Madrid.

[Ranking 250 Másteres de El Mundo](#)

1. Master in Management de ESCP- EAP
 2. Dirección Comercial y Gestión de Ventas de EAE.
 3. Dirección Comercial de ENAE
 4. Dirección Internacional de Empresas de la Universidad Carlos III
 5. Administración y Dirección de Asociaciones de la Universidad Autónoma de Madrid
-

GMAT y GRE: la prueba que no engaña

El GMAT sigue siendo el examen de capacidad verbal y numérica más utilizado por los departamentos de admisión de los programas ejecutivos, pese a que el pujante examen GRE del grupo ETS va ganando terreno hasta el que hace apenas un par de años ostentaba el monopolio. Te desvelamos las claves para ganarle la partida al GMAT y cómo será la nueva versión que verá la luz en 2013. Y, por supuesto, también entramos a conocer el único examen que le planta cara.

Por José Trecet, Esther Riobó y Fermín Gómez

No es de extrañar que sea el examen más temido, cuando de él pende cada año el ser o no ser en lo académico y profesional de, nada menos, que 290.700 jóvenes. El GMAT (siglas en inglés para [Graduate Management Admission Test](#)) es un examen estándar tipo test que tiene como principal objetivo medir las habilidades matemáticas, verbales y analíticas de candidatos aspirantes a cursar una formación en el ámbito de los negocios. El uso de la palabra 'formación' en lugar de la sigla más concisa de 'MBA' tiene su sentido, ya que este examen se utiliza como herramienta de selección también en programas distintos a los *Master in Business Administration*, que no obstante son con diferencia los que más recurren a la prueba para seleccionar a sus candidatos. Con todo, el [Graduate Management Admission Council](#) -la institución que gestiona el GMAT- ha constatado en [un estudio reciente](#) que algo menos del 20% de las calificaciones obtenidas por los examinados se remiten a programas que no son MBA, generalmente doctorados. Sin embargo, esta es una opción cada vez más en desuso por los estudiantes no estadounidenses e incluso por estos últimos gracias a que han aflorado diferentes opciones al GMAT.



En principio el GMAT valora las capacidades de un candidato para triunfar en programa de postgrado, aunque a lo largo de los años se ha especializado tanto que se puede decir que mide sólo sus aptitudes para destacar en una escuela de negocio. Tampoco hay que confundir esto con un examen acerca de conocimientos del mundo de los negocios, aptitudes laborales, contenidos concretos de los estudios universitarios, habilidades subjetivas como la motivación o creatividad, ni ningún talento o conocimiento relativo a otras áreas específicas. Nada más lejos de la realidad. Hay que tener en cuenta que esos conocimientos sobre gestión, negocios, y finanzas son los que el candidato espera obtener en la escuela de negocios. Lo que el GMAT mide son una serie de capacidades analíticas, cuantitativas o numéricas y verbales que deberían permitirle obtener su diploma MBA.

Esta fórmula para determinar las cualidades 'de negocio' de un candidato es la principal carta de presentación del GMAT y al mismo tiempo el motivo de la mayoría de las críticas que recibe. Hay muchos sectores dentro de la educación ejecutiva que dudan de la capacidad real del examen para medir la valía de los aspirantes, en tanto que otros alertan que un solo examen con un perfil tan marcadamente matemático puede homogeneizar el exceso el tipo de estudiante que entra en las escuelas de negocio.

¿Por qué lo usan las escuelas?

Todas estas críticas no impiden que el uso del GMAT por parte de las escuelas de negocios sea prácticamente unánime. Cualquier persona que en algún momento haya pensado presentar una solicitud a una escuela de negocio probablemente sabe que uno de los requisitos comunes a muchas de ellas es el envío de la puntuación obtenida en el GMAT. Cabe preguntarse qué es lo que hace que dicho examen sea tan ampliamente utilizado por los centros como herramienta de selección de candidatos hasta el punto que el número de personas que año

tras año se someten a su veredicto no deje de crecer. En 2008 lo hizo en un 12,7% y en lo que va de año ha subido un 7%.

Y desde luego, sentido no le falta si tenemos en cuenta el creciente interés que despierta en todos los rincones del planeta el máster que mejor abre las puertas del éxito profesional. Así es como los centros más deseados, independientemente de su ámbito geográfico, reciben cada año miles de peticiones de admisión, provenientes de muy diversos países, culturas y bagajes académicos desiguales, al igual que sucede con la experiencia profesional, también muy dispar. De hecho, desde finales de 2008 se han disparado el número de solicitudes para cursar un MBA, fruto de la crisis económica y la menor pérdida de oportunidad. Eso sí, elegir lo mejor entre semejante mezcla constituye una tarea imposible de abordar con garantía de objetividad.

Una de las características que convierten al GMAT en la prueba comparativa más adecuada para candidaturas tan heterogéneas es, en primer lugar, su total accesibilidad y alcance internacional. Actualmente, está implantado en 94 países a través de centros permanentes y llega a 150 a través de ferias itinerantes en las que también se puede hacer el examen. Al final, cualquier aspirante, sin importar su situación o procedencia, puede realizar el test sin necesidad de largos desplazamientos. Además, el éxito va a depender fundamentalmente del candidato, como corresponde a una prueba centrada en medir capacidades de tipo cognitivo e intelectual y que tiene como consigna brindar a todos los aspirantes las mismas oportunidades.

Igualdad ante todo, es lo que viene fomentando desde hace 50 años la organización creadora de la prueba, que actualmente gestionan en su nombre Pearson VUE y ACT. Tanto es así que el GMAT ha sido analizado y modificado en repetidas ocasiones para garantizar su fiabilidad a la hora de predecir el éxito del alumno durante el primer año o a medio transcurso de un programa MBA.

La validez del GMAT como instrumento de predicción parte del análisis de la relación estadística existente entre la puntuación en él obtenida y la media alcanzada en el primer año de un MBA (o mitad del programa). Inevitablemente, siempre existen variables no evaluables, como la motivación o el tiempo dedicado al estudio, que sin duda influirán de forma notable sobre el futuro discurrir académico del alumno. Con todo, el GMAT sigue considerándose actualmente la herramienta más certera de las que se tiene experiencia.

¿En qué consiste el examen?

El [GMAT](#) se estructura en tres partes:

Una primera de redacción analítica (*Analytical Writing Assessment* o *AWA*), una segunda denominada sección cuantitativa (*Quantitative Section*) y en tercer lugar, la sección verbal (*Verbal Section*). La prueba con que da comienzo el examen, [Analytical Writing Assessment](#), está diseñada para medir la habilidad de razonamiento crítico y la comunicación de ideas del candidato. Se divide en dos secciones: análisis de un tema (*Analysis of an Issue*) y análisis de un argumento (*Analysis of an Argument*). En la primera de ellas, se pide al examinado un análisis del tema propuesto y que exprese su opinión acerca del mismo. Dado que lo que se evalúa es la facultad de explorar el entramado de un tema concreto y adoptar una posición, no existen respuestas correctas o incorrectas. El tiempo máximo para completar este ejercicio es de 30 minutos.

A continuación y sin descanso intermedio, da comienzo el *Analysis of an Argument*, prueba en la que los candidatos deberán desentrañar el razonamiento que se esconde detrás del argumento expuesto y redactar una crítica del mismo. En esta ocasión el alumno no deberá ofrecer su opinión sobre el asunto en concreto, ya que en este caso lo que se pretende es medir la capacidad de formular una crítica apropiada y constructiva de una conclusión basada en una línea de pensamiento concreto. Al igual que en el anterior, el tiempo para este apartado es de 30 minutos.

Tras un descanso opcional de cinco minutos, comienza la segunda parte del examen. Se trata de la sección cuantitativa ([Quantitative Section](#)), en la que se medirán las habilidades matemáticas básicas del aspirante, así como su comprensión de conceptos elementales y la capacidad de razonar de forma cuantitativa, resolver problemas e interpretar gráficos. La prueba comprende dos tipos de preguntas de respuesta múltiple, uno de ellos relacionado con la resolución de problemas y otro con lo que en inglés se denomina "*Data Sufficiency*". Este segundo modelo consiste en decidir si se ha proporcionado información suficiente para resolver el problema en cuestión. Más que habilidades matemáticas, lo que se evalúa es la capacidad de extraer conclusiones lógicas y reconocer cuáles son los datos relevantes de una información.

En esta sección, ambos tipos de preguntas se presentan mezcladas y los conocimientos necesarios para completarlas correctamente son aritméticos, de álgebra elemental y conceptos generales de geometría. Al final, se trata de medir las habilidades matemáticas básicas, la comprensión de conceptos matemáticos elementales y la capacidad de razonamiento y resolución de problemas cuantitativos del candidato. La duración de esta parte del examen es de 75 minutos y el número de preguntas asciende a 37. Los resultados se miden de cero a 60 puntos y las notas por debajo de los siete puntos y por encima de los 50 no son muy habituales.

Después de otros cinco minutos de descanso, comienza la última parte del examen: la sección verbal o [Verbal Section](#). En este caso, las capacidades que se evalúan son lectura y comprensión de material escrito, razonamiento y ponderación de argumentos y corrección de un texto de acuerdo con el inglés estándar. Las cuestiones planteadas -41 en total- son de tres tipos: lectura y comprensión, razonamiento crítico y corrección sintáctica. El tiempo máximo dedicado a la prueba es de 75 minutos.

Las preguntas de lectura y comprensión (*Reading Comprehension Questions*) se realizan sobre párrafos de unas 350 palabras, cuyo tema principal puede estar relacionado con diversas áreas como la sociología, la física, la biología o los negocios. La respuesta a todas ellas se encontrará o podrá inferirse de la lectura del texto. Lo que se busca, en definitiva, es evaluar la habilidad para comprender, analizar y utilizar información y conceptos expresados de forma escrita.

En segundo lugar, las cuestiones sobre razonamiento crítico (*Critical-Reasoning Questions*) ponen a prueba la capacidad relacionada con la ponderación de argumentos y la evaluación de un plan de acción. Lo que se espera del candidato es que pueda reconocer la estructura básica de un argumento, extraer conclusiones, analizarlo y formular y evaluar un plan de acción. Por último, En las preguntas de corrección sintáctica (*Sentence Correction Questions*), será necesario determinar cuál de las cinco opciones propuestas expresa más correctamente una idea o relación. Para responder correctamente a las mismas, será necesario estar familiarizado con los usos y las reglas gramaticales del inglés estándar, además de ser capaz de corregir una frase errónea o poco efectiva. Al igual que en la anterior sección, los resultados en este apartado se miden de cero a 60 puntos. Una puntuación por debajo del nueve no suele ser habitual, como tampoco las que se sitúan por encima de los 44 puntos.

Funcionamiento del Computer-Based Test

El GMAT, al igual que el TOEFL, se realiza sobre un soporte informático. Más concretamente, se trata de un examen 'adaptativo', en el cual, cada sección de respuesta múltiple comprende un amplio rango de preguntas posibles que van desde el nivel más sencillo hasta el más complicado. Todas las secciones dan comienzo planteando una cuestión de dificultad moderada y será nuestro grado de acierto al contestarla el que determinará el nivel de dificultad de la siguiente.

Si la respuesta es correcta, la pregunta correlativa será de dificultad mayor. Si por el contrario, equivocamos la respuesta, descenderá el nivel de la que venga a continuación. El proceso continúa desarrollándose de igual forma hasta completar la totalidad del apartado. Lo que este sistema implica es que cada test GMAT realizado es único y personal para cada

participante y determina con un alto grado de precisión las habilidades que se pretenden medir.

Es importante medir bien el tiempo que se concede para cada sección, ya que la penalización en caso de no completarla es alta. La puntuación final vendrá determinada por el número de preguntas respondidas, la corrección o no de las mismas y el nivel de dificultad, así como otras características estadísticas de cada cuestión.

La totalidad del examen se realiza en inglés y los resultados del mismo se envían tanto al candidato como a las escuelas de negocio seleccionadas por éste (cinco como máximo, a elegir en pantalla una vez finalizado el test) en el plazo de dos semanas a partir de su realización. Si al final de la prueba no se seleccionan los destinatarios o estos superan la cifra de cinco, es posible solicitar del GMAC un informe adicional de puntuación ([Additional Score Report](#) o ASR).

La puntuación no oficial puede asimismo imprimirse nada más terminar. El rango de puntuación del GMAT oscila entre los 200 y 800 puntos y como dato de referencia, dos tercios de los examinados obtienen una media situada entre los 400 y 600 puntos. Existe la posibilidad de cancelar la nota obtenida antes de que aparezca en pantalla, no obstante, si se opta por esta alternativa, conviene tener en cuenta que dicha cancelación será notificada a todas las escuelas de negocio seleccionadas y aparecerá en el futuro en todos los informes del candidato. En la página oficial del GMAC puede consultarse un [ejemplo de informe de puntuación](#).

Por lo que refiere a la posibilidad de repetir el examen, el GMAT puede realizarse una vez cada 31 días, con un máximo de cinco veces por año. Si la puntuación obtenida alcanza los 800 puntos, queda prohibido volver a pasar la prueba durante al menos los cinco años siguientes a la fecha de la misma. Por otra parte, si el candidato realiza más exámenes de los permitidos, los informes de puntuación no se remitirán a las escuelas seleccionadas, e incluso es posible que no se le permita volver a presentarse en lo sucesivo.

Si se desea realizar el test más de cinco veces en un año, será necesario dirigirse por escrito al GMAC solicitando permiso y exponiendo las razones que lo justifiquen. En cualquier caso, no está de más tener en cuenta que las escuelas de negocio seleccionadas recibirán todas las puntuaciones obtenidas en el GMAT en los últimos cinco años. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la primera no siempre es la definitiva y, de hecho, la mayoría de los candidatos que hacen el examen por segunda vez elevan su puntuación global en 30 puntos de media. En sucesivas repeticiones del examen, en cambio, el incremento de puntuación apreciado es mucho más reducido, aunque en estas pequeñas mejoras puede estar la diferencia entre alcanzar la escuela deseada o no.

El nuevo GMAT que llegará en 2013

La entrada en escena del GRE y la necesidad de adaptarse a los nuevos tiempos para acallar viejas críticas han llevado al GMAT a tratar de reinventarse. Como es lógico en estos casos no se tratará de un cambio radical y mucho menos inmediato. La [Próxima Generación del GMAT](#), tal y como lo denominan en su página oficial, se basará en los tests actuales, a los que incorporarán los últimos avances en tecnologías y ciencias del testing. El objetivo, como no podría ser de otra forma, es obtener mediciones más precisas que sirvan para valorar la capacidad de un aspirante para cursar no sólo un MBA sino también otros programas de educación ejecutiva. En el fondo, también se trata de un intento por abrir el abanico de candidatos que son capaces de obtener la puntuación necesaria en el test.

La transición se hará en tres fases que culminarán en 2013. La primera es la de investigación de habilidades, en la que se revisarán las destrezas que debe medir el GMAT y que ya está en marcha. La segunda fase será la de test piloto y en ella se formularán nuevas preguntas y cuestiones que sirvan para crear una nueva escala de medición. Por último, la tercera fase será de lectura operacional y básicamente consistirá en implementar la infraestructura necesaria para hacer el test accesible y comprobar su funcionamiento. Durante todo el

proceso GMAT contará con la colaboración de personal docente de las escuelas de negocio para conocer sus opiniones.

Notas de corte

Pero como para que el nuevo GMAT sea una realidad todavía restan varios años, lo mejor es centrarse en el test actual. La puntuación máxima es de 800 puntos y quienes deseen acceder a una de las escuelas de prestigio que formen parte del 'top 15 ó 20' de los principales ranking del sector debe estar preparado para acreditar una puntuación elevada. Por ejemplo, la media para los 15 primeros MBA del [ranking de The Economist en 2008](#) se sitúa en los 686 puntos. Y esta es una puntuación relativamente baja en comparación con los 721 puntos de media de [Stanford Graduate School of Business](#), los 715 de [Tuck Business School](#), los 713 de [Harvard Business School](#) o los 707 de [Chicago Graduate School of Management](#), por ejemplo. En líneas generales, las escuelas estadounidenses son más exigentes en cuanto al GMAT y, por fortuna para quienes quieran cursar un MBA en Europa, los centros del Viejo Continente son más permisivos. Como muestra, en [London Business School](#) la media es de 690 (inusitadamente alta), de 671 en [IMD](#) o 688 en [IESE](#).



Pese a que las escuelas de negocios internacionales, es decir, las de fuera de Estados Unidos, no dan tanta importancia al GMAT, cada vez son más los estudiantes de estas regiones que se animan con el test. Según los últimos datos un 51% que hace el examen es de fuera de Estados Unidos con China, Alemania, Canadá, Suiza y Reino Unido como los países que más han crecido.

En términos generales España no es un país que destaque por su elevada concurrencia al GMAT. Más bien al contrario, pues en 2008 sólo 959 personas tomaron el test, una cifra escasa, especialmente si se compara con países como Alemania o Francia donde se presentaron durante el mismo curso 2008, 2.574 y 2.433 personas respectivamente, nada que ver en cualquier caso con Estado Unidos (153.358 examinandos) o Canadá (7.761). La clave de que sean tan pocos los españoles que se presentan está en nuestras más reputadas escuelas, que -al contrario que EEUU con sus compatriotas- no exige a los españoles realizar el GMAT.

Además, teniendo en cuenta que nuestro país goza de oferta de postgrado extensa y de calidad, al tiempo que dispone de un nutrido número de escuelas de renombre a nivel europeo e internacional, son pocos los españoles que deciden marcharse al extranjero para completar su formación. Se trata, por otra parte, de un comportamiento relativamente extendido dentro del ámbito europeo, donde la relevancia de este test es menor.

En total, los españoles sólo suponen el 4,9% de los europeos que se presentan al examen. La cosa cambia mucho si nos referimos a los países a los que los estudiantes envían sus resultados del GMAT. En ese punto España es la tercera en discordia por detrás de Reino Unido y Francia. En total son 5.112 aspirantes, lo que supone un aumento del 80,6% en el periodo de 2004 a 2008.

Preparación del examen

El tiempo necesario para preparar el GMAT depende de cada individuo y varía de una persona a otra, pero se necesitarán al menos de tres a cuatro semanas de duro trabajo para alcanzar la base adecuada.

En cuanto a los medios para llevar a cabo esa preparación, consultar la sección de [Study Suggestions](#) en la página del GMAC puede ser un buen punto de partida. En ella se ofrecen algunos consejos de gran utilidad a la hora de afrontar el test así como algunos enlaces muy

útiles, en los que se puede descargar el [GMAT Preparation Software](#) de forma gratuita, o la [lista completa de temas del AWA](#), entre otras cosas. Este apartado ofrece también la opción de adquirir la nueva edición de ' *The Official Guide for GMAT Review*', ' *The Official Guide for GMAT Verbal Review*' o bien ' *The Official Guide for GMAT Quantitative Review*'. Todas ellas contienen una compilación de las preguntas auténticas utilizadas en el GMAT, así como respuestas y explicaciones.

Otras secciones interesantes son [Test-Taking Strategies](#) que contiene algunas claves estratégicas para la realización del examen o [Test Preparation for the GMAT](#). Una segunda opción sería la de apuntarse a un curso de preparación. En caso de decantarse por esta última, lo mejor es acudir a un preparador con amplia experiencia en GMAT o a escuelas especializadas como [Kaplan](#) o [Veritas](#).

Para la preparación del examen de modo presencial, existen varios centros privados especializados en guiar a los alumnos hacia el éxito en esta prueba, aunque la mayoría se encuentran en las grandes ciudades.

Llegado el día de la prueba, conviene tener presentes algunos consejos como evitar una confianza excesiva en la propia habilidad para realizar cuestionarios, no hacer hincapié en los puntos fuertes descuidando los débiles o no tener expectativas poco realistas. Éstos son, en definitiva, algunos de los errores más frecuentes que impiden ir bien preparados. Resulta asimismo muy recomendable haber efectuado [prácticas en las condiciones reales del examen](#) (simulacros), para lo que se escuelas como Kaplan pueden ser más que útiles.

Por otro lado, es de vital importancia no olvidar el documento de identificación en el que aparezca la foto del candidato (D.N.I. o pasaporte) ya que sin él, o si no aparece la foto, no se le permitirá hacer el examen. También es necesario llevar el resguardo de la inscripción y conviene tener apuntados los códigos identificativos de las escuelas de negocio a las que se desea enviar los informes de puntuación. Por último, es bueno saber que existe la posibilidad de solicitar auriculares para aislarse del ruido. En un examen de esta importancia, el "click" de los ratones o el ruido de los teclados puede ser una fuente de nerviosismo añadido si nos hace perder la concentración.

Las diez claves para superar el GMAT

La calificación exigida vería enormemente dependiendo de la facultad o escuela que se trate. Así y todo, hay que tener presente que una puntuación por debajo de 650 puntos será insuficiente para entrar en la mayoría de programas. De hecho, para contar con posibilidades reales de acceso a una institución de prestigio va a ser necesario alcanzar la franja de los 680-700 puntos. ¿Cómo?

Desde luego, previo al desafío, hay que saber canalizar toda nuestra energía hacia el objetivo marcado. Esto sólo es posible a través de un plan de acción concreto que no tienen que ser exactamente el mismo para todas las personas pero que sí tiene que contemplar una serie de pautas básicas. Son las siguientes:

1- Define los objetivos. Lo primero que debes hacer es tener clara la puntuación que deseas lograr y qué sacrificios puede suponer. Además, dependiendo de esta meta habrá que utilizar unas herramientas de estudio u otras. En cualquier caso, hay que tener en cuenta que elevar la nota de 600 a 650 puntos es relativamente fácil, pero hacerlo de 700 a 750 puntos es entrar en una historia completamente diferente ya que supone un incremento exponencial de la dificultad. Al final, todo depende de si estás dispuesto a invertir cuatro semanas en mejorar 10 puntos la calificación.

2- Acude a las fuentes. El GMAT no es más que un examen y como para todas las pruebas existen una serie materiales clave. En este caso el primero de ellos son los libros. Empezando por la Guía oficial y pasando por otras como las de Kaplan o Manhattan GMAT, por ejemplo, es importante contar con textos de referencia, así como descargarse de la página [web mba.com](#) un archivo que incluye ejemplos prácticos de exámenes utilizados en anteriores ediciones. Aunque no es obligatorio y muchas personas logran altas puntuaciones sin

necesidad de su ayuda, acudir a una academia de preparación puede ser una buena fórmula para centrarse en el estudio y recibir una dosis de motivación adicional.

3- Cuándo hacer el examen. Una vez familiarizado con el material de estudio llega el momento de plantearse cuándo tomar el GMAT. Se trata de una decisión importante que puede servir tanto para animar un impulso anímico o como una losa en tus aspiraciones, por lo que no es recomendable dejar pasar este trámite demasiado tiempo. De hecho, cuanto antes realices el test será mejor, ya que conforme avance la candidatura habrá que abordar otras cuestiones como las cartas de recomendaciones, financiación o los ensayos. Además, hay que tener en cuenta que la puntuación tras el primer ensayo suele aumentar una media de 30 puntos y que cuanto antes superes la primera prueba más tiempo habrá para ir corrigir la nota y adecuarla a tus necesidades.

4- Convicción. No dejes que nadie ni nada mine tu moral. El GMAT es sólo un examen y como tal la nota final está directamente relacionada con el tiempo y esfuerzo que dediques a su preparación. Con mayor o menor esfuerzo cualquier candidato puede alcanzar resultados muy por encima de los 760 puntos.

5- Estrategia de preparación. Existen diferentes métodos el estudio y hay que dar con la estrategia que mejor se adecue a tus cualidades. No existe una táctica perfecta y cada candidato debe encontrar la suya. Lo mejor en estos casos suele ser consultar los cuadros de prácticas que han utilizado o están utilizando otras personas que se presentarán la prueba. [GMATClub](#), una comunidad de estudiantes que preparan el test, o los foros de [TestMagic](#) son dos lugares muy útiles donde intercambiar información y conocer otros puntos de vista.

6- Domina las cuestiones fáciles. La puntuación final depende en gran parte de tu nivel mínimo, es decir, los problemas que eres capaz de resolver positivamente en cualquier momento sin ningún género de dudas. Por eso, conviene dedicar una mayor parte de la preparación a dominar realmente los problemas más sencillos, es decir, a poder solventarlos con un margen de error del 0% y de la forma más rápida posible. Una vez domines estas preguntas y habilidades se puede pasar al siguiente piso, ya que tendrás una buena parte del examen resuelta.

7- Debilidades vs. fortalezas. Una de las dudas que asaltan a todos los examinandos es si centrar sus esfuerzos en mejorar las destrezas que ya poseen o en sus debilidades. En teoría lo ideal es que afrontes ambas, pero esto no siempre es posible. Y puestos a elegir es preferible abordar tus puntos débiles. La razón es bien sencilla, el GMAT es un test adaptativo. Es decir, si la puntuación en una de las áreas de conocimiento es bajo esto afectará a las preguntas que se formulan en el resto de secciones, lo que te impedirá demostrar tu verdadero nivel en los ámbitos que realmente dominas. Así no hay más remedio que enfrentarte a tus temores.

8- La importancia de las primeras preguntas. Existen multitud de teorías al respecto, pero lo cierto es el CAT (*Computer Adaptive Test*) del GMAT utiliza las cinco primeras cuestiones del examen como baremo para medir la capacidad del examinando, de tal forma que la dificultad del resto de cuestiones se establece en función de este primer quinteto. Por eso conviene dedicarles algo más de atención.

9- La rapidez sí cuenta: termina a toda costa. Acertar en las respuestas es imprescindible para obtener una buena nota, pero también hacerlo rápido, ya que terminar el examen es igual de importante. No completar el test conlleva importantes penalizaciones en la puntuación final, por lo que además de aprender a responder correctamente hay que hacerlo lo más rápido posible. De hecho, llegado a un punto de tu preparación los mayores avances se producirán en este ámbito y no el de los aciertos.

10- Aprende a eliminar opciones. A diferencia de otros *test*, el GMAT no permite volver atrás para responder las preguntas dudosas. Hay que contestar 'en línea' y con la mayor celeridad posible. Por eso, aún y cuando no estés seguro de la solución hay que aprender a adivinar la respuesta correcta para no perder demasiado tiempo en estas cuestiones más complicadas. La mejor táctica es aprender a detectar las opciones engañosas y eliminarlas. Un buen consejo

en este sentido es evitar las respuestas que puedan parecer sospechosas, pero existen muchos otros. Debes ser capaz de crear tu propio sistema de trabajo que te funcione en la mayoría de los casos si quieres terminar a tiempo el examen.

Estos diez útiles pasos servirán para que superar el GMAT con éxito no se convierta en un suplicio y sí en una tarea más llevadera, pero en cualquier caso la mejor fórmula para afrontar este examen no es otra que trabajo, trabajo y más trabajo, además de horas de dedicación. Todo un clásico en cualquier ámbito educativo.

Inscribirse en el GMAT

El camino hacia la realización del examen pasa necesariamente por una serie de pasos previos. El primero de ellos consiste en seleccionar la localidad donde se realizará el test. La mayor parte de los centros de examen se sitúan de forma permanente en ubicaciones fijas, aunque existen también instalaciones temporales. La mejor manera de seleccionar el centro de examen que más nos convenga es a través de la propia [página web del GMAC](#).

Una vez seleccionado el centro de examen, el siguiente paso es [concertar una cita para el examen](#), a través del teléfono, correo electrónico, correoconcertar una cita para el examen postal o fax. Una forma fácil de comprobar la disponibilidad de plazas es consultar la sección dedicada al efecto ([Check Seat Availability](#)).

El precio del examen es el mismo para todos los países y asciende a 250 dólares. En algunas regiones, sin embargo, se añade un recargo adicional, cuyo [listado](#) se recomienda consultar. Es importante también tener en cuenta que en el caso de querer cambiar la fecha de examen, deberán abonarse 50\$ más, siempre que se haga antes de los siete días previos al examen, ya que en caso contrario, el importe será el correspondiente a la inscripción total.

Si lo que se desea es cancelarla, se recibirá un abono de 80 dólares, siempre que se haga con una semana de antelación. En caso contrario, se perderá la cantidad total abonada por este concepto. Los pagos pueden realizarse con tarjeta de crédito o débito y únicamente en el caso de formularios enviados por escrito se admiten otros medios de pago ([ver más](#)).

El GRE se postula como alternativa

En la actualidad el GMAT sigue siendo el único examen que realmente utilizan todas las escuelas de negocio de forma general para evaluar a sus candidatos y aunque en los últimos años se han dado algunos intentos por romper esta hegemonía, hasta hace poco habían resultado estériles. Sin embargo, el último jugador en entrar en este mercado es el [Graduate Record Exam](#) (GRE) elaborado por el [Educational Testing Service](#) (ETS), antiguo gestor del GMAT, está empezando a encontrar su sitio.

Poco a poco ETS empieza a hacerse un hueco en el mercado estadounidense, donde el GMAT es más fuerte y requisito casi *sine qua non*. El GRE se está beneficiando de su experiencia en el sector, ya que también se utiliza como 'corte' para cursar estudios de postgrado en otras áreas. Desde la empresa que lo desarrolla aseguran que puede ser la herramienta que las escuelas estaban buscando para aumentar el número de solicitudes y sobre todo la diversidad de los sectores de procedencia de los alumnos. En este sentido, una persona interesada en cursar un master en comunicación podría tratar de acceder a un MBA presentando su puntuación del GRE.

Esta compatibilidad con otros cursos de postgrado casa perfectamente con la mentalidad abierta que los MBA trata de implantar tras la crisis. Sin embargo, no es la única ventaja, ya que su precio es ostensiblemente inferior al de su competidor. En concreto, el coste del GMAT es de 250 dólares en todo el mundo, mientras que el GRE cuesta 150 dólares en Estados Unidos, 205 dólares en China, Hong Kong, Taiwan y Corea y 180 dólares en el



resto del mundo. A esto hay que añadir que cuenta con un mayor número de centros repartidos por todo el país.

Poco a poco cada vez son más las facultades que se han adherido a la causa del GRE y quizás el hito más importante ha sido el anuncio de Harvard, que a partir de 2012 admitirá indistintamente el examen de ETS o de GMAC. La centenaria escuela se une así a Stanford Graduate School of Business, [Sloan School of Management de MIT](#), [Georgetown University McDonough SB](#), [Ross SB](#), [Johns Hopkins University Carey BS](#) y el [Instituto de Empresa](#), entre otros.

En cualquier caso, la diferencia sigue siendo significativa a favor del GMAT en lo que a la educación ejecutiva se refiere. Apenas 220 MBA de todo tipo lo utilizan actualmente como prueba de acceso frente a los 4.600 programas y 1.900 escuelas de negocio que basan sus decisiones en el GMAT. Por eso mismo hay que entender esto como el comienzo de un largo camino que todavía está por ver si da o no sus frutos.

Al igual que el GMAT, este test se divide en tres áreas de conocimiento que analizan el razonamiento verbal (*Verbal Reasoning*), el cuantitativo (*Quantitative Reasoning*) y la escritura analítica (*Analytical Writing*). La primera de las secciones mide la habilidad del candidato a la hora de analizar y evaluar materiales escritos, así como su capacidad de síntesis a través de la información recogida. La segunda parte se centra en la medición de la capacidad para entender conceptos básicos de aritmética, álgebra, geometría y análisis de datos. Por último, la tercera fase del test valora las aptitudes del examinando para articular ideas complejas de forma clara, acompañándolas de ideas y razones relevantes que soporten sus argumentos, todo ello en lengua inglesa estándar.

El examen se divide en cuatro partes, dos correspondientes a la escritura analítica donde primero se analiza un tema y después un argumento y su duración es de 45 y 30 minutos respectivamente. A esta sección le siguen la verbal, compuesta por 30 preguntas y un máximo de 30 minutos para contestarla, y la cuantitativa, formada por 28 preguntas con una duración máxima de 45 minutos. El examen también incluye una sección que no puntúa pero que mide las llamadas '*soft skills*' o habilidades interpersonales del candidato, así como una parte final dedicada a investigación. En total, la duración del test oscila entre las tres y las cuatro horas.

Preparar el GRE

Aunque parecido al GMAT, el GRE tiene sus propios trucos y exige un tipo de formación diferente para afrontarlo con garantías. La mejor forma de acercarse al examen de ETS es [hacer una prueba gratuita](#), a la que se puede acceder desde [la página principal del GRE](#). Allí también es posible hallar la mayor parte del material necesario para preparar el test dentro de la sección [Test Preparation](#). Además de información general sobre cada una de las partes que componen el examen, cuenta con test de prueba gratuita, algunas de las preguntas más repetidas, una serie de consejos básicos generales y concretos para cada sección.

Así, por ejemplo, recomiendan familiarizarse con la prueba antes del día del examen y practicar para aprender a gestionar el tiempo que después habrá para cada una de las cuestiones. En cualquier caso, tal y como ocurre con el GMAT, existen multitud de centros especializados en el GRE con material específico y consejos para superarlo. El problema es que en este caso la mayoría no tiene sede en España, por lo que habría que elegir una academia online. Una simple búsqueda a través de Google puede servir primer acercamiento a las opciones que tendremos a nuestra disposición.

ADEN: un test en español toma la alternativa

España cuenta con su propio examen de admisión. Se trata del llamado [Test ADEN \(Test de Admisión de Escuelas de Negocios\)](#), creado por SHL Psicólogos Empresariales y Círculo de Formación. La prueba debería medir la capacidad verbal y numérica de los candidatos a cursar un MBA en una escuela de negocios española. Sin embargo, tres años después de su puesta en marcha el examen aún no convence a las escuelas de negocio de que pueda servir para conocer el nivel de los candidatos en sus procesos de admisión. Hay varias escuelas como

el Instituto de Estudios Bursátiles (IEB), EOI y ADM Business School que apostaron directamente por este test, pero no termina de establecerse como una alternativa real al GMAT en nuestro país.

El ADEN es similar al GMAT, aunque orientado a la cultura y las escuelas españolas. Consiste en una aplicación on-line que permite a las escuelas de negocios detectar y gestionar el potencial profesional de sus candidatos. Es una prueba de evaluación integral estandarizada y común a todas las escuelas, lo que permite realizar una medición objetiva y comparable del potencial de cada candidato.

Está estructurada en tres partes. La primera mide, en 70 minutos, la capacidad de razonamiento, tanto numérico como verbal -la potencia mental-. La segunda, en 30 minutos, mide el nivel de inglés del candidato y la tercera, entre 10 y 15 minutos, evalúa el estilo de personalidad laboral del examinando, en base a dieciséis competencias. Las dos primeras darán como resultado una puntuación con un sistema de centenas. Al terminar la prueba, se obtiene un informe narrativo y gráfico sobre las áreas de mejora y el posible desarrollo que precisa el futuro alumno.

Claves y Consejos para enfocar el MBA

Las escuelas de negocio cada vez ofrecen más información a sus candidatos acerca del centro y de cada uno de sus programas. Además, rankings y acreditaciones son otra importante fuente de datos en la que bucear. Sin embargo, lo primero que cualquier aspirante a estudiar un MBA debe tener claro es cuáles son sus motivaciones personales, los objetivos que persigue al cursar este tipo de máster y qué sacrificios está dispuesto a realizar.

Por Manuel Caro

¿Cómo elegir mi MBA? - La carta de presentación - La entrevista de admisión - Los primeros meses en el MBA - El período de prácticas - El networking en un MBA

¿Cómo elegir mi MBA?

La decisión de realizar un MBA es muy importante no sólo por el elevado desembolso económico y el esfuerzo personal que supondrá, sino también porque se supone que debe cambiarle la vida, por lo menos en su vertiente profesional. Por ello, antes de empezar, hay que valorar múltiples aspectos para la elección del programa más adecuado.

Planes quinquenales - Expectativas laborales - Atención a la especialización - Ubicación de la Escuela - Visita a ferias y medios especializados - Cuidado con los rankings - Consulta a ex alumnos y empresas - Visita a centros y escuelas - Bolsa de prácticas y empleo y Servicio de Orientación Curricular - Precio

Planes quinquenales. Según Hayden Estrada, responsable de admisiones de Boston University BS, un aspirante a MBA debería tener en mente un plan de carrera específico a 4 ó 5 años vista. Una buena manera de comenzar a elaborar este plan es hacerse la siguiente pregunta: si pudiera verse dentro de cinco años en el trabajo perfecto en la empresa perfecta, ¿dónde estaría? La respuesta debería ayudarle a limitar las opciones. En caso de que la respuesta sea

“no sé”, no desespere, lo que necesita es tomarte más tiempo para evaluar las necesidades y los objetivos personales.

Expectativas laborales. Antes de cualquier decisión, reflexione y determine las características del trabajo ‘perfecto’. Existen multitud de bases de datos *online* y libros que aportan las herramientas necesarias para dar luz en relación a este dilema. Ya no sólo un sector de actividad, también es conveniente reducir el elenco de empresas ‘favoritas’ a 2 ó 3 y averiguar las escuelas de negocio a las que acuden para reclutar a sus directivos.

Atención a la especialización. Hay que tener claro el sector y ámbito de la dirección que más le motiva y, a la hora de elegir programa y escuela, debe considerar aquellas que, por su especialización, mejor pueden cumplir con este objetivo profesional. Tenemos el caso de la Chicago GSB o la Stern School of Business, centros muy respetados en el ámbito de las finanzas. Sus alumnos tendrán más fácil, así pues, acceder al sector bancario o a empresas vinculadas a los mercados financieros. Si por el contrario, uno está interesado en la consultoría hay opciones como Ashridge, que apuntan a una mejor proyección laboral. El MIT Sloan School of Management, por su parte, es la opción preferida de ingenieros, pues se trata de una escuela con un gran bagaje en los campos industrial y tecnológico. Y, por último, si el asunto que interesa es el marketing las opciones pasarían por la Kellogg School of Management o por la Chicago GSB, entre otras.

Ubicación de la escuela. Es importante valorar este aspecto pues, si lo que uno pretende es acceder a empleos altamente remunerados, siempre será más fácil en aquellas ciudades o zonas donde éste es abundante. Esto es igualmente válido con respecto a los sectores profesionales. Londres y Nueva York, por ejemplo, son dos plazas financieras de gran relevancia internacional. Ofrecen, así, muchas y muy buenas oportunidades laborales a financieros y especialistas en banca. Los interesados en este sector van a encontrar en esas ciudades, además, varias de las escuelas de negocio con mayor reputación en el sector financiero.

Visite ferias y consulte en medios especializados. Las ferias sobre MBAs y Formación Ejecutiva son muy útiles para tener una primera panorámica del mercado y para decidir qué programas o escuelas son las que más interesan a sus objetivos profesionales. El [World MBA Tour](#) y [The MBA Tour](#) son las dos ferias itinerantes más importantes. Éstas hacen escala en las principales ciudades del mundo, si bien una, World MBA Tour, tiene mayor presencia en Europa y la otra, The MBA Tour, en Norteamérica. Sólo el World MBA Tour pasa por España. Existen otros eventos mucho más minoritarios pero más útiles de cara a un encuentro personal y avanzado entre el candidato y las escuelas. Es especialmente recomendable, en este sentido, el ACCESS MBA, que también hace escala en Madrid una vez al año. Medios especializados como Financial Times, Business Week o [WayToMBA.com](#) aportan asimismo información actual y detallada de la oferta disponible en lo referente a MBAs y Escuelas de Negocio. Y las escuelas con mayor proyección internacional también acostumbran a organizar sus propias sesiones de presentación en distintas ciudades, entre ellas Madrid y Barcelona.

Cuidado con los rankings. Actualmente, existen a nivel internacional más de 10 editores de rankings sobre MBAs, Escuelas de Negocios o Educación Ejecutiva en sus distintas variantes. Business Week fue la primera publicación en elaborar un ranking comparativo específico de programas MBA y es, además, el más influyente del mundo. Pronto vendrían otras publicaciones como Financial Times, The Economist, The Wall Street Journal, FORBES y América Economía, que con los años se han afianzado como importante referencia para conocer y comparar la calidad de las principales escuelas internacionales. Los expertos recomiendan consultar varios y no hacer mucho caso a la nota y clasificación global, sino ir a lo particular y fijarse en los parámetros que personalmente nos interesan para nuestra formación y carrera profesional. Los rankings no son infalibles.

Consulte a ex alumnos y empresas. Los ex alumnos van a aportar información muy esclarecedora y de primera mano sobre la calidad y características de determinado MBA. Hay que indagar sobre la experiencia académica de cuantos graduados sea posible. Será interesante conocer cómo funcionan las asociaciones de antiguos alumnos de las distintas escuelas. Por otra parte, las empresas reclutadoras también pueden dar luz, entre otras

cosas, sobre las instituciones más reputadas en los diferentes sectores, cuánto y qué valoran de los programas y sobre su predisposición a contratar graduados.

Visitas a centros y escuelas. Con la visita el candidato va a hacerse una idea clara del centro. Deberá ser aprovechada para ver áreas de interés, conocer el tipo de ambiente académico y para plantear a los responsables cuestiones oportunas de índole diversa. Asimismo, será momento para establecer contacto con cuantos estudiantes matriculados sea posible. De hecho, aparte de las sesiones de presentación, algunas escuelas acostumbran a organizar periódicamente encuentros entre candidatos y alumnos.

Bolsa de prácticas y empleo y Servicio de Orientación Curricular. Es importante conocer los programas de prácticas de las distintas escuelas; fechas, países y empresas reclutadoras y posibilidades de remuneración. De cara a la finalización del MBA, hay que informarse sobre las empresas, sectores y salarios. Y también es conveniente dirigirse a los distintos Servicios de Carreras para conocer el tipo de apoyo que va a recibir con vistas a alcanzar sus objetivos profesionales y a desarrollar aquellas competencias que personalmente más necesite.

Precio. Nunca el precio debería ser determinante. El gasto en un MBA debe entenderse, ante todo, como una inversión a largo plazo. Cuanto mayor sea nuestra aspiración salarial, menor influencia deberá ejercer el factor precio. Ciertamente que determinadas metas profesionales llevan aparejados sueldos no muy elevados -caso de dirigir ONGs o en la gestión pública- y por ello el precio sí tendrá más peso en la elección del MBA.

La carta de presentación



Aunque todavía muchos aspirantes se empeñan en olvidarse de ellas, sus redacciones de solicitud también pueden ser determinantes. A través de ellas los departamentos de selección pueden ver un poco más acerca de la personalidad de los candidatos y, sobre todo, sobre su capacidad de expresión escrita. Y es que los temas sobre los que se pueden escribir son de lo más heterogéneo. El camino hacia la redacción perfecta empieza incluso antes de ponerse delante del papel en blanco o el teclado del ordenador gracias a los avances tecnológicos. Aquí le presentamos 10 consejos para hacer la mejor carta de presentación.

1. Informarse sobre las preferencias de la escuela respecto al contenido y al continente.
2. Hay que fijar un objetivo. Debe preguntarse qué desean resaltar y obtener en su redacción.
3. Planear la introducción por encima de cualquier otro apartado.
4. El estilo es fundamental. Hay que impresionar por la capacidad de expresión pero al mismo tiempo ser claro y conciso.
5. Utilizar frases y palabras para enlazar los párrafos y dar unidad al texto.
6. Variar la estructura de las frases para romper con la monotonía del texto.
7. Evitar las frases de relleno que no aporten nada información especial al texto.
8. Tratar de no repetir demasiadas veces las mismas palabras a lo largo del texto.
9. Aunque pueda parecer básico, hay que respetar las reglas gramaticales y de puntuación.
10. Hay que revisar el texto cuantas veces sea necesario y buscar segundas opiniones.

Más información:

[Carta de presentación de candidatura: 10 consejos para dirigirse a los mejores MBA](#)

La entrevista de admisión

El buen hacer en una entrevista de admisión a un MBA implica tanto responder bien como formular las preguntas correctas. De hecho, durante todas las entrevistas para solicitar el ingreso en una escuela de negocio, hay un momento en el que los papeles del entrevistador y el entrevistado se tornan. Normalmente, se produce cerca del final, después de haber sido cuestionado y cuando ya estás listo para volver a casa: "Entonces... ¿tiene algo que preguntarme?", señalan con toda la intención muchos de los entrevistadores. Pero, ¿cómo hacer un 'buena' pregunta? Según consultores y responsables de admisión ésta sería una buena selección de cómo y qué preguntar:



Preguntas a decanos, miembros de consejo y otros funcionarios:

¿En su opinión, qué es lo que diferencia realmente a su escuela?

¿Puede hablarme acerca de las posibilidades profesionales de los estudiantes?

Preguntas a estudiantes, tanto actuales como antiguos:

¿De qué te has beneficiado más al asistir a esta escuela?

¿Cuál fue tu clase favorita? ¿Quiénes fueron los mejores profesores?

¿Cómo es un típico día en la escuela?

Pregunta destinada a todos:

¿Hay algo más que pueda añadir?

Más información:

[Consejos para enfrentarse a una entrevista de admisión a un MBA](#)

Los primeros meses en el MBA

La mayoría de estudiantes de programas MBA probablemente no se hayan sentado en un aula en años. El proceso de reconversión de un profesional al estado de estudiante es más duro de lo que se piensa, pero con paciencia, inteligencia y este decálogo de consejos no tendrá problemas para solventar con maña la situación.

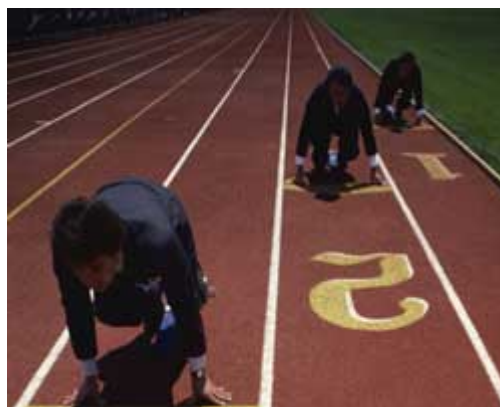
1. Adaptación a su nuevo estatus de estudiante
2. No se disperse demasiado con la gran cantidad de actividades a su alcance
3. Evite seguir la mentalidad mayoritaria
4. Sea un jugador de equipo
5. Sentarse en primera fila o junto al pasillo
6. Interrelación con sus profesores
7. Oriente su carrera desde el inicio
8. Tome su tiempo de respiro
9. No tenga miedo de pedir ayuda
10. No sea un perfeccionista



Más información:

El período de prácticas

Cuando el MBA llega al segundo trimestre, los reclutadores empresariales inundan los campus de las escuelas en busca de los estudiantes más cualificados. Y éstos, por su parte, pelean por destacar con vistas a colocarse en las compañías de mayor renombre. Aquí le ofrecemos un listado de consejos para que pueda aprovechar al máximo la experiencia en unas prácticas.



1. Hacer algo diferente
2. Definir los objetivos personales
3. Ser receptivo y positivo
4. Asumir el control del proceso educativo
5. Ser profesional
6. Documentar las prácticas
7. Conseguir una buena historia
8. Aprender algo sobre uno mismo

Más información:

[Pautas para sacar el máximo partido a las prácticas en un MBA](#)

[Cómo afrontar las entrevistas en el campus para las prácticas de verano](#)

El networking en un MBA

Estudiar un MBA ofrece infinidad de fórmulas para rentabilizar la inversión que suponen este tipo de programas aparte de la propia formación. Y es que desde las prácticas en empresas hasta el contacto con los profesores y los compañeros, los MBA son el lugar ideal para hacer *networking*. Los centros son conscientes de ello y por eso animan a sus estudiantes a sacar el máximo partido de los contactos que puedan hacer. Le recomendamos algunas de las cosas que debe hacer para abrirse futuros e interesantes caminos en el mundo profesional.



Hablar con los compañeros de clase. Las escuelas de negocio aceptan a un determinado tipo de alumnos que tiene un gran potencial profesional. Sus hoy compañeros de clase, mañana pueden ser futuros socios, jefes o incluso clientes. Hay que darse a conocer.

Unirse a actividades relacionadas con el programa que se está cursando o de la industria en la que trabaja. Las escuelas de negocios y los propios alumnos organizan multitud de actividades que ofrecen muy buenas oportunidades para hacer contactos en un ambiente distendido y con un público muy específico. Además, la participación en estos eventos también es algo que puede ponerse después en el currículum.

Organizar tus propios grupos, ya sean de estudio, clubes de lectura o acciones caritativas por poner algunos ejemplos. Si ninguna de las actividades que se llevan a cabo dentro de la escuela de negocios encaja dentro de los intereses o del plan del alumno, por medio de estas iniciativas se pueden crear también lazos con otros alumnos y potenciales socios.

Servirse de las redes de antiguos alumnos. Éstas son un activo clave para cualquier escuela de negocios, en primer lugar, porque son parte fundamental de su prestigio y, en segundo, porque suponen una vital fuente de ingresos en forma de donaciones. Pero, además, también pueden ser una herramienta para dar trabajo a muchos graduados, pues es habitual que los antiguos alumnos acudan a las nuevas promociones en busca de empleados.

Utilizar las redes profesionales *online*. Estas comunidades virtuales permiten compartir conocimientos y conocer a colegas profesionales. Y el principal propósito de las mismas no es otro que personas con intereses profesionales comunes se pongan en contacto para intercambiar conocimientos, buscar aliados, explorar sinergias y ayudarse en los quehaceres de sus trabajos. Las relaciones están basadas en la confianza y el secreto de su éxito parece estar en que sus miembros deben esforzarse en dar para luego recibir.

Hay redes de acceso libre y gratuito y redes en las que hay que pagar una cuota. Entre las redes profesionales más populares están [LinkedIn](#), que relaciona a más de 35 millones de usuarios de más de 200 países del mundo, [XING](#), con más de siete millones de usuarios, que ha absorbido a eConozco, una red de ejecutivos y profesionales, y Neurona, una mezcla entre red profesional y red social; y la red de contactos profesionales [Viadeo](#), también con más de siete millones de profesionales en red.

Más información:

[Claves para sacar el máximo partido al networking en tu MBA](#)
[Networking, última frontera en la búsqueda de trabajo para los MBA](#)

Hitos de la educación empresarial y ejecutiva (1872-2009)

1872:

Emille Boutmy funda, junto a grupo de políticos, el Institut d'études Politiques de Paris, institución que formará a la élite política y económica del país galo.

1881:

La Universidad de Pensilvania, a iniciativa de Joseph Wharton, funda en Filadelfia la Wharton School, primera escuela de negocios de la historia.

La Cámara de Comercio e Industria de París crea la École des Hautes Études Commerciales (HEC), primera escuela de comercio europea.

1883:

El abogado Albert Bolles se convierte en el primer profesor de negocios de la historia en la Wharton School.

1884:

Wharton School gradúa su primera promoción de Licenciados en Finanzas (*Bachelor of Finance*), 5 graduados en total.

1895:

A iniciativa de Sydney y Beatrice Webb nace 1895 la London School of Economics and Political Sciences.

1898:

Con el patrocinio de de James Laurence Laughlin nace University of Chicago's College of Commerce and Administration, segunda escuela más antigua del mundo.

1900:

Nace en Cambridge (New Hampshire) la Tuck School of Administration and Finance bajo el paraguas de Dartmouth College y ese mismo año lanza el título 'Master of Commercial Science' lo que la convierte en la primera escuela de postgrado en negocios propiamente dicha.

1908:

Nacen otras dos escuelas de gran peso en el mundo de los negocios: Harvard Business School y Northwestern University School of Commerce.

1910:

Harvard Business School gradúa a la primera promoción de licenciados en su 'Master in Business Administration' o MBA. Se trata del primer programa de postgrado de la historia con esa denominación.

1911:

Harvard incorpora en su programa académico una original metodología bautizada como 'Problem Method', consistente en sesiones en las que relevantes empresarios exponían problemas reales de sus negocios a los alumnos y estos discutían soluciones. Este sería precedente del famoso 'Método del Caso'.

1916:

Se funda en Bilbao, con el patrocinio de la Fundación Vizcaína Aguirre, la Universidad Comercial de Deusto, centro pionero en España en la formación superior en comercio y negocios

Un consorcio de 16 escuelas estadounidenses crea la American Assembly of Collegiate Schools of Business -AACSB-. El propósito de este organismo será consolidar la educación ejecutiva en Estados Unidos y defender los intereses de sus universidades y escuelas asociadas. A fin de velar por la calidad en el sector, pronto crearía el primer sistema de acreditación para MBAs de la historia.

1917:

Ese año ya existían en EEUU un total de 30 escuelas de negocio.

1920:

University of Chicago's College of Commerce and Administration lanza el primer programa de doctorado de la historia dedicado a los negocios.

1924:

Harvard da forma definitiva al 'Método del Caso'. Esta metodología domina en la educación ejecutiva y empresarial desde entonces. En ella se basan la inmensa mayoría de MBAs.

1926:

Arthur Turnbull obtiene el MBA de University of Chicago's College of Commerce and Administration. Se convierte con ello en la primera persona de raza negra en obtener el título de postgrado en una escuela de negocios.

1929:

Ursula Batchelder Stone recibe el doctorado en negocios por la University of Chicago's College of Commerce and Administration. Será la primera mujer en obtenerlo.

1943:

La University of Chicago's College of Commerce and Administration lanza el primer 'EMBA' (para ejecutivos) de la historia.

1949:

La organización estadounidense ETS (Educational Testing Service) lanza el Graduate Record Examination o GRE, un examen estándar para medir las capacidades abstractas (verbales y numéricas) de estudiantes y profesionales interesados en ingresar en escuelas de negocio de habla inglesa y especialmente de EEUU. El GRE sirve como referencia de las capacidades de los candidatos para gran número de escuelas y es, así, la alternativa más consolidada a la prueba importante del mundo en este campo, el GMAT.

1950:

University of Western Ontario (Canadá) imparte el primer programa MBA fuera de EEUU.

1951:

La Universidad de Pretoria, en Sudáfrica, se convierte en la primera institución del continente africano en impartir un MBA. Es, además, la primera institución en impartir un MBA fuera del continente americano.

1953:

Un consorcio de 9 universidades estadounidenses crea el Graduate Management Admission Council (GMAC). Esta organización se encargará de implantar y gestionar el GMAT, prueba de capacidad verbal y escrita con mayor reconocimiento internacional para el acceso a las escuelas de negocio.

1955:

Nace bajo el auspicio de los Ministerios de Industria y Educación la Escuela de Organización Industrial -EOI-. Se trata de la primera escuela de negocios española dirigida específicamente a postgraduados

Con el patrocinio de la Wharton Business School, nace en la ciudad de Karachi (Pakistán) la primera escuela de negocios de Asia: el Institute of Business Administration.

1957:

La escuela de negocios francesa INSEAD lanza el primer MBA impartido en Europa.

Se funda en Barcelona EADA.

1958:

Nacen otras dos importantes escuelas españolas: EAE e IESE

1959:

Se publican el 'Ford Foundation's Gordon-Howell report' y el 'Carnegie Corporation's Pierson report', dos informes que marcarían un antes y un después en la Educación Empresarial. En ellos se puso en evidencia los vicios y carencias que venía lastrando las escuelas de negocio (estadounidenses) y se expusieron unas directrices básicas a seguir para recuperar el prestigio y calidad perdidos.

1964:

IESE estrena, con el apoyo académico de Harvard BS, el primer MBA de dos años impartido en Europa.

Chicago GSB implanta el primer programa de becas para minorías ofrecido por una escuela de negocios.

ETS lanza el TOEFL, el examen para medir el nivel de inglés de los candidatos internacionales aceptado por prácticamente todas las escuelas de negocio del mundo.

1967:

Un grupo de docentes y ex alumnos MBA británicos formados en distintas escuelas de EEUU fundan en Reino Unido la Association of MBAs (AMBA), institución que trabajará en consolidar y promover la calidad de los MBAs y, en general, la Educación Empresarial en ese y otros países.

1968:

Se constituye el Consejo Latinoamericano de Escuela de Administración CLADEA, la red de escuelas dedicadas la educación empresarial más importante de Latinoamérica con 140 afiliados a día de hoy.

1970:

Se funda en EEUU la National Black MBA Association, dirigida específicamente al colectivo afro-americano.

1973:

22 instituciones de educación superior fundan la European Case Clearing House -ECCH- con el propósito compartir recursos y conocimiento para la elaboración de casos.

1977:

Nace la European Foundation for Management Development (EFMD) con el objetivo de promover y mejorar la educación especializada en el campo de la gestión empresarial. Aparte de defender los intereses de sus asociados, EFMD gestiona, desde mediados de los 90, un riguroso sistema de acreditaciones en el ámbito de la educación de postgrado para programas de gestión y MBAs.

1981:

Nace en EEUU, con el apoyo de la AACSB, el Executive MBA Council para el desarrollo de la educación ejecutiva y, más en particular, para estrechar lazos entre los programas MBA para Ejecutivos.

1982:

George Stigler, profesor de la Chicago GSB, recibe el Nóbel de Economía. Es el primer profesor integrante de una escuela de negocios que recibe dicho galardón.

1984:

Fundación del World Association for Case Method Research & Application -WACRA-, organización internacional conformada por profesores, investigadores y ejecutivos de negocios para promover la elaboración y uso del Método de Caso en la enseñanza e investigación.

1986:

Business Week lanza el primer ranking sobre MBAs, centrado, concretamente, en programas 'Full Time'.

Chicago GSB imparte el primer 'Week End' MBA de la historia.

1989:

Varias de las escuelas de mayor arraigo en España se alían para fundar la Asociación Española de Escuelas de Dirección de Empresas -AEDE-. Esta institución nace con el propósito de salvaguardar el prestigio de la formación ejecutiva en España y así crear cauces de colaboración a nivel local e internacional para responder a las exigencias de calidad y servicio.

1999:

Financial Times publica su primera edición del Ranking sobre MBAs Full Time.

2000:

George W. Bush se convierte en el primer presidente de la historia de Estados Unidos con un título MBA. El cuadragésimo tercer mandatario norteamericano obtuvo su diploma en 1975 por la Harvard Business School.

2001:

El MBA Online de la Universidad de Baltimore (Merrick School of Business) se convierte en el primer programa enteramente online acreditado por la AACSB-International.

2004:

Stephen M. Ross dona 100 millones de dólares a la escuela de negocios de la Universidad de Michigan a raíz de lo cuál el centro pasó a denominarse Ross School of Business. Supuso la mayor aportación realizada a una escuela de negocios hasta la fecha y todavía es la mayor cuantía aportada para cambiar el nombre de una de estas instituciones.

A iniciativa de Ángel Cabrera, su Dean entonces, Thunderbird School incorpora un juramento de honor que, desde entonces, deben jurar todos los alumnos que se gradúan en el MBA de dicha escuela. Es la primera iniciativa en este sentido.

2005:

Una escuela española, IESE, encabeza por primera vez un ranking MBA internacional de máximo prestigio, el Ranking MBA anual de la prestigiosa revista 'The Economist'.

2006:

Stanford Graduate School of Business recibe el mayor donativo en la historia de las escuelas de negocio. Concretamente, la aportación de Philip H. Knight, co fundador de Nike, fue de 105 millones de dólares. La institución ha invertido esta cantidad en la construcción de un nuevo campus cuyo edificio principal ha sido denominado 'Knight Management Center'.

2008:

Entra en vigor el Espacio Europeo de Educación Superior (EES) que recomienda a las escuelas de negocio asociarse a Universidades, algo que ya ocurre en la mayoría de los casos y en los que trabajan las instituciones que no cumplen con esta prerrogativa.

La crisis financiera internacional desata un aluvión de críticas contra los directivos de las grandes corporaciones financieras internacionales y, por ende, contra los centros que mayoritariamente han formado a este colectivo: las escuelas de negocio.

Harvard Business School, institución pionera y quizá la más influyente del mundo en educación ejecutiva, cumple 100 años.

Aprovechando su centenario, Harvard Business School, tras una exhaustiva investigación, publica a finales de año un informe que analiza los últimos acontecimientos en la economía mundial y el nuevo paradigma empresarial y de ahí concreta una serie de cambios trascendentales que han de acometer los MBA para ofrecer una formación que de respuesta a los retos presentes y futuros de las empresas y grandes corporaciones. Este informe marca un cambio de fondo en el MBA de Harvard.

2009:

400 alumnos de la promoción 2009 del MBA de Harvard Business School se suscribió a un 'juramento de honor' a propuestas de varios alumnos. En este documento oficioso se han comprometido, entre otras cosas, a "actuar con la mayor integridad y realizar mi trabajo de una forma ética". No se trata de la primera iniciativa en este sentido, Thunderbird Business School ya la había puesto en marcha, pero si es de una trascendencia mayúscula por el gran peso que tiene en el sector la institución donde se lleva a cabo. Otros 100 alumnos de la promoción rechazan secundar el juramento.

CERAM y Groupe ESC Lille se fusionan en junio creando la mayor escuela de negocios francesa, reuniendo entre las dos casi 6.000 alumnos al año.

El MBA de INSEAD cumple 50 años.

Formación Ejecutiva de la A a la Z

A continuación explicamos los términos más significativos en el ámbito de la educación ejecutiva. Muchos de ellos los mencionamos en inglés con su correspondiente traducción al castellano ya que es dicha la lengua de uso universal en los programas y escuelas de negocio:

AACSB. Acrónimo de Asociación to Advance Collegiate School of Business. Es la organización de escuelas de negocio más antigua del mundo y también la que mayor número de escuelas asociadas reúne. Aunque de origen estadounidense, actualmente esta organización tiene presencia en los cinco continentes y su sistema de acreditación académica está entre los tres más reputados del mundo. Dispone de dos acreditaciones: una dirigida a programas de contabilidad avanzada y otra, la más relevante, dirigida a escuelas de negocio (y programas MBA).

ACBSP (Association of Collegiate Business Schools & Programs). La ACBSP se distingue como una de las mejores entidades acreditadoras de alta calidad de universidades y escuelas de negocio alrededor del mundo. Su sede está en Kansas (EEUU), pero cuenta con 400 universidades afiliadas de EEUU y 33 de otros 15 países. Los estándares de acreditación de la ACBSP están basados en el Baldrige National Quality Program y en el Criteria for Performance Excellence.

AMBA. Acrónimo de Association of MBAs. Es una organización de origen británico aunque actualmente su acreditación tiene una gran aceptación en todo el mundo. Es la única que admite como miembros personas (físicas) que estudian o han estudiado en una escuela acreditada. De las tres grandes entidades certificadoras, la AMBA es la única que acredita específicamente programas -MBAs, DBA ('Doctorates in Business Administration'), MBM ('Masters in Business and Management') y no escuelas. Actualmente gozan de su sello de calidad un total de 155 programas en 71 países diferentes.

Alumni. Con este término se denomina a los antiguos alumnos de una escuela de negocios. Suelen agruparse en asociaciones que les sirve para mantener y reforzar su red de contactos, para apoyar a su antigua escuela, así como, para organizar eventos y actividades encaminadas al desarrollo profesional y cohesión de sus asociados. Las escuelas de negocio utilizan a menudo estas redes de ex alumnos para captar financiación para sus programas de becas y ayudas al alumnado.

Application deadline / Fecha límite. Es la fecha límite para presentar candidatura y toda la documentación necesaria para iniciar el proceso de admisión a un MBA, a una beca o a cualquier otro programa para el que la escuela tenga que hacer selección.

Bachelor Degree / Título de Grado. Programa universitario posterior a los estudios de secundaria y previo al postgrado. Estos pueden tener una duración de cuatro años (240 créditos ECTS) y en algunos países tres años (180 créditos ECTS). En este último caso, el programa de postgrado posterior deberá tener una duración de dos años y 120 créditos ECTS si lo que pretende es obtener el correspondiente título Máster Oficial.

Blended MBA programmes. La traducción literal de 'blended' es 'mezclado' y, por tanto, aplicado al campo de los MBA define a un programa que combina estudio en presencia y a distancia. Este modelo de enseñanza está cada vez más extendido en los MBA por las grandes

posibilidades que ofrecen los campus virtuales y por la dificultad que tienen los profesionales para realizar un programa íntegramente en presencia.

Business School / Escuela de Negocios. Es una escuela superior de postgrado especializada en gestión de empresas y negocios. Imparte enseñanzas en campos como la contabilidad, la administración, las finanzas, los sistemas de información, el marketing, relaciones públicas, comportamiento organizacional, estrategia, gestión de recursos humanos y métodos cuantitativos.

Case Method / Método del Caso. Nacido en Harvard en los años 20, el estudio de casos o método del caso es la metodología de enseñanza más utilizada por las escuelas de negocio. Consiste en aprender a través de casos o historias, reales o imaginadas, que plantea el profesor y que los alumnos deben resolver, a través de análisis y discusión en equipo y posterior presentación en público.

CGS. Siglas para Council of Graduate Schools. Es una agrupación de escuelas de posgrado estadounidenses que se dedica al desarrollo y mejora de este tipo de formación mediante la concesión de galardones y la realización de informes sobre el sector.

Coaching. El coaching es un método que consiste en dirigir, instruir y entrenar a una persona o a un grupo de ellas, con el objetivo de conseguir alguna meta o de desarrollar habilidades específicas. Lo utilizan las empresas para mejorar las habilidades ejecutivas de sus empleados y también algunas escuelas de negocio lo incluyen en sus programas. Consiste en dar un entrenador personal (coach) a cada ejecutivo, profesional o estudiante para que éste les ayude a desarrollar sus conocimientos o a trabajar de forma más eficiente en un área determinada.

Core courses / cursos troncales. Son el cuerpo de asignaturas sobre conocimientos que todo alumno debe adquirir en el programa.

CPE (Certificate of Proficiency in English). Es un examen de inglés perteneciente al conjunto de exámenes de competencia lingüística en inglés de la Universidad de Cambridge (ESOL Examinations) que certifica el dominio del inglés. Al contrario del TOEFL o el IELTS, éste no es un examen específico para ingresar en una universidad o escuela de negocios. No obstante, sí lo aceptan muchas escuelas como referencia del nivel de inglés de sus candidatos.

DBA (Doctor of Business Administration). Se trata de un doctorado profesional creado por las escuelas de negocio de EEUU. El DBA basa su investigación sobre los negocios y los temas gerenciales y, a diferencia del Doctorado en investigación (Ph.D. en sus siglas en inglés), permite especializarse en campos como Marketing, Finanzas, Sistemas de Información, Operaciones y Recursos Humanos. Hay escuelas que exigen haber experiencia en la gestión y dirección empresarial para ingresar a un DBA.

Dean / Rector. Dean es el término que las escuelas de negocio anglosajonas utilizan para designar a la máxima autoridad académica de una escuela de negocios. En España se le denomina rector.

Degree / Título. Término que sirve para designar un título académico.

ECCH. Acrónimo de European Case Clearing House, es una organización europea de carácter no lucrativo que se dedica a promover y desarrollar el método del caso como herramienta educativa. Otorga todos los años los premios más prestigiosos en este campo.

EFMD. Son las siglas de European Foundation for Management Development (Fundación Europea para el Desarrollo Directivo). Se trata del organismo internacional encargado de gestionar las acreditaciones EQUIS, una de las tres certificaciones más prestigiosas del mundo en el ámbito de la formación ejecutiva. 118 escuelas de 34 países ostentan este sello.

Entrepreneurship. Es un término que hace referencia a la iniciativa empresarial. Generalmente suele utilizarse para describir el acto o el proceso de creación de nuevas empresas empezando desde cero y constituye área de estudio esencial en muchos programas MBA.

EQUIS. Acrónimo de European Quality Improvement System. Es un sistema que acredita la calidad de las escuelas de negocio y que gestiona desde Bruselas la European Foundation for Management Development.

EEES (Espacio Europeo de Educación Superior). El Espacio Europeo de Educación Superior constituye el entorno compartido por los sistemas universitarios de Europa para favorecer la movilidad, interacción y oportunidades de sus respectivos miembros. Sus parámetros esenciales fueron establecidos en la Declaración de Bolonia, suscrita por 29 estados europeos el 19 de junio de 1999, y entre sus objetivos prioritarios encontramos la incorporación de los Másteres y, por ende, de los MBA al sistemas de titulaciones universitarias oficiales. En España, los primeros másteres oficiales fueron impartidos en el curso 2006/2007. Actualmente existen en nuestro país más de treinta MBAs que han pasado con éxito el proceso de reconocimiento y que por tanto se ofrecen como 'MBA Oficial'

Expenses / Costs. La traducción literal es costes o gastos. En el ámbito de los MBA se utiliza para describir los gastos asociados a la realización de un máster o MBA al margen de las tasas de matrícula. Estos abarcan desde el alojamiento, material lectivo hasta la comida o la compra de un ordenador en caso de que fuese necesario. En muchas escuelas aparece bajo el epígrafe de 'Tuition Fees and Expenses' y es donde el alumno puede ver el coste total del programa.

Faculty / profesorado. Se trata del claustro docente de la escuela de negocios, compuesto tanto por los profesores titulares como por los colaboradores habituales y es una de las grandes bazas de los centros para conseguir atraer alumnos.

Fellowship Award / Beca de méritos. Es un tipo de beca en base a méritos otorgada por universidades, escuelas o el gobierno dirigida a financiar estudios avanzados y programas de investigación. En inglés este tipo de ayudas se diferencian de las 'Scholarship' y 'Grant' por ser éstas otorgadas por instituciones que no organizan el programa de investigación.

FIBAA. Foundation for International Business Administration Accreditation. Se trata de una organización privada de origen alemán que acredita los estudios de MBAs en los tres países europeos de habla germánica: Alemania, Austria y Suiza.

Full Time / Tiempo Completo. Responde a una tipología de MBA caracterizado por requerir una dedicación completa. Los programas Full Time o a tiempo completo se realizan los días entresemana de lunes a viernes y en horario laboral, de mañana o de tarde.

Giving program / Programa de Donaciones. La contribución de antiguos alumnos e instituciones privadas en forma de donaciones es una importante vía de ingresos, además de una tradición en las escuelas de negocio internacionales y, sobre todo, de la órbita anglosajona. Los centros de mayor prestigio organizan campañas anuales con el fin de recoger fondos que luego sirven para crear becas y dar ayudas a los nuevos estudiantes.

Graduate / Graduado. Licenciado o graduado de cualquier titulación.

Graduate Business School / Escuela de Postgrado en Negocios. Responde al mismo concepto que escuela de negocios.

Graduate School / Escuela de Postgrado. Es cualquier escuela o centro universitario donde se imparten cursos de postgrado.

Graduate School of Management / Escuela de Postgrado en Gestión. Término para denominar una escuela de postgrado especializada en gestión de empresas y negocios

Global MBA. Son los programas más internacionales de las escuelas de negocio tanto por la composición del alumnado como por la localización de las clases. Los Global MBA se imparten generalmente en diferentes campus de distintos países y continentes para dotarlos de un carácter multicultural.

GMAT. Acrónimo de Graduate Management Admisión Test. Es la prueba estándar de capacidad verbal y numérica aceptada por la mayoría de escuelas de negocio de todo el mundo. Cuantifica, así las posibilidades de éxito de cara a realizar un programa MBA. Por eso las escuelas lo utilizan en sus procesos de admisión como referencia para valorar y comparar el nivel de preparación de los candidatos a sus programas MBA.

GMAC. El Graduate Management Admissions Council es el organismo encargado de regular el GMAT, la prueba de acceso al a la mayoría de MBAs. Su organismo de dirección está compuesto por las escuelas de negocio más prestigiosas del mundo y se ha convertido en una referencia del sector gracias a los informes sobre el número y calidad de las solicitudes así como los seminarios que organiza. Además, cuenta con un programa de ayudas para quienes quieran cursar un MBA.

Grant / Ayuda. Se trata de las ayudas financieras a fondo perdido o subvenciones que concede el gobierno para muy diversos fines, entre ellos para la realización de estudios.

Hard skills / Habilidades son las habilidades requeridas para llevar a cabo una determinada tarea y adquiridas por medio del entrenamiento y la educación, o aprendidas en el trabajo.

IELTS. Responde al acrónimo de International English Language Testing System. Se trata de una prueba que valora del cero al nueve los conocimientos de la lengua inglesa para los candidatos a MBAs procedentes de países con habla no inglesa. Admitido por la mayor parte de las escuelas de negocio, sirve, como el TOEFL, para acreditar el dominio del inglés entre los candidatos.

International Assembly for Collegiate Business Education (IACBE). Una organización que se dedica a promover, desarrollar y reconocer la excelencia en la educación empresarial, y su énfasis está en la evaluación de los resultados de la educación como medida de la excelencia. Se trata de una de las principales acreditadoras de escuelas de negocios. Tiene su sede en EEUU, pero está conformada por miembros en más de 20 países de Europa, Asia y América Latina, además de Norteamérica.

Internship / Prácticas. La mayoría de MBAs ofrecen a su alumnado un periodo de prácticas laborales en empresas con las que previamente ha establecido convenios específicos. Estas generalmente se llevan a cabo durante el verano y suelen estar remuneradas. Son, en el caso de los programas destinados a los alumnos con menos experiencia, un complemento a su educación y un medio en el que probar los conocimientos adquiridos al tiempo que una oportunidad profesional.

Ivy League. También conocida como 'The Ancient Eight' (Los Ocho Antiguos). Sirve para denominar a las ocho universidades que están encuadradas en una de las conferencias de la liga de baloncesto universitaria (NCAA) y que son también de más antiguas y prestigiosas del país. Concretamente, componen este grupo: Brown University, Columbia University, Cornell University, Dartmouth College, Harvard University, University of Pennsylvania, Princeton University y Yale University.

Leadership Abilities / Habilidades de Liderazgo. Conjunto de aptitudes y actitudes que atañen a la dirección de personas y a la consecución de los objetivos de una organización. Estas habilidades son esenciales en ámbito de la dirección y deben ser dominadas por los directivos. Los MBA dedican a Desarrollar la capacidad de liderazgo del alumnado ha cobrado gran importancia en la mayoría de MBA y a ello dedican novedosos métodos de aprendizaje y un amplio espacio su programa académico.

MBA (Master in Business Administration) / Master en Administración de Empresa. Dirigido a titulados universitarios y profesionales altamente cualificados que quieren o necesitan

capacitarse para ocupar puestos de responsabilidad dentro de las organizaciones, este programa máster de postgrado tiene como objetivo transmitir un sólido conocimiento en el terreno de la gestión empresarial, así como, las habilidades necesarias para asumir con solvencia las distintas funciones de dirección, ya sea en un área determinada o en la propia dirección general.

MBA 'Mini'. Programas de formación ejecutiva de corta duración que ofrecen una visión general en el campo de la gestión empresarial.

MBA 'Oficial'. Son Másteres en Gestión Empresas que se pueden cursar sólo acaparados por universidades públicas o privadas reconocidas por el Gobierno. Con la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior, los MBA, como programas con categoría de Máster, pueden adquirir la condición de Máster Oficial, siempre que cumplan con los requisitos exigidos por la legislación vigente y tras llevar a cabo el correspondiente proceso de reconocimiento ante las autoridades educativas.

Mentorship / mentor. Los llamados mentorship programs hacen referencia a programas de padrinazgo de las escuelas de negocio. Generalmente se trata de antiguos alumnos que colaboran con los centros haciendo de mentores para las nuevas generaciones. Es decir, se convierten en una especie de maestro, tutor o guía para que el alumno desarrolle toda su potencialidad.

MIM (Master in Management). Es un programa similar al MBA aunque dirigido a un aspirante recién licenciado y sin experiencia laboral. El Máster in Management tiene su origen en Europa y son las escuelas de negocio europeas las que fundamentalmente imparten dicho programa.

Modular (programme) / (Programa) modular. Son programas estructurados en módulos o unidades temáticas. Cada módulo tendrá varias asignaturas que deberán realizarse al completo para completar el módulo. El estudiante sí tendrá libertad de escoger los módulos que más interesen para su formación. Muchos programas MBA siguen este patrón curricular.

Networking. Término inglés que hace referencia a l conjunto de acciones encaminadas a crear una red de contactos. Esta es una de los puntos clave de todo MBA, con vistas a incrementar las posibilidades de colocación y mejora profesional o a encontrar nuevas oportunidades de negocio.

Outdoor training. En un tipo de formación que se realiza fuera de las aulas y del lugar de trabajo en el que priman las actividades físicas, el ambiente distendido y el trabajo en equipo.

Plan Bolonia. Es el nombre que recibe el proceso iniciado a partir de la Declaración de Bolonia, que alude al mecanismo accionado en la ciudad italiana por los responsables de la universidad europea, el 19 de junio de 1999, para conformar un Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en el año 2010 donde puedan moverse libremente estudiantes y docentes bajo condiciones de calidad, inclusión y profesionalidad.

Role playing. Es un método de enseñanza que consiste en enfrentar a las personas a una problemática de la vida real. Los alumnos deberán elegir el papel (o rol) de uno de los personajes protagonistas que tendrán que representar. Se trata de una técnica muy útil para que los estudiantes se pongan en el lugar de otras personas y desarrollen su capacidad de empatía.

Scholarship / Grant / Beca. Son un importante recurso para la financiación de todo tipo de estudios. Muchas escuelas de negocio cuentan con programas propios de becas y ayudas y también existen otra serie de instituciones y organismos internacionales que las otorgan. Generalmente cubren la totalidad o parte del coste de matriculación y se otorgan en función de los méritos académicos o la necesidad económica. En el mundo anglosajón se denomina 'scholarship' a las becas cuyo propósito específico es la financiación de los estudios. Grant

son las ayudas, fondos y subvenciones de gobiernos y fundaciones que pueden ser a fines diversos, aparte de los estudios.

Soft skills / Habilidades Interpersonales. Son un conjunto de competencias relacionadas con la comunicación humana que las personas utilizan en sus relaciones humanas, profesionales y de negocios. Entre estas se encuentran la empatía, la capacidad de relación social, de comunicación, de negociación, capacidad de trabajo en equipo y de interacción. Los MBA incluyen módulos para desarrollar esta competencia en su alumnado. Este tipo de habilidades, junto con las habilidades de liderazgo, son cada vez más importantes y ocupan un lugar más destacado en los programas de desarrollo directivo y, así también, en los MBA.

Student Loan / Préstamo de Estudios. Los préstamos son un recurso financiero fundamental dado el alto coste que implica realizar un MBA. Los préstamos académicos son en lo esencial un préstamo al consumo aunque con ciertas diferencias dirigidas a cubrir las necesidades particulares de un estudiante. Cada entidad diseña su propia oferta, si bien lo habitual es que éstos préstamos sean a un tipo de interés inferior al de mercado, con período de carencia de al menos un año, con un período de amortización entre cuatro y seis años y con comisiones de apertura y cancelación muy bajas o inexistentes.

Student Visa / Visado de Estudiante. Es el permiso de estudios que todo estudiante internacional debe solicitar al gobierno de acogida para realizar un programa académico. Un español no tiene que solicitar este documento si va a estudiar un MBA en cualquier otro país europeo pero sí deberá solicitarlo si lo va a realizar en EEUU y otros países como Australia o Nueva Zelanda.

TOEFL. El Test of English as Foreign Language es un examen telemático de competencia lingüística en inglés para personas cuya lengua materna no sea el inglés. Esta prueba es ampliamente aceptada por las escuelas de negocio como referencia para conocer el dominio del inglés entre los candidatos. Al menos 6.000 instituciones de enseñanza superior en 110 países reconocen este examen. El Educational Testing Service ETS es el organismo encargado de regularlo y gestionarlo.

Tuition Fee / Honorarios. Es específicamente el estipendio que debe abonar el alumno en concepto de matrícula. Constituye el coste completo del programa sin incluir ningún coste asociado. Los honorarios no suelen incluir el material didáctico.

Undergraduate / Estudiante de Grado. Aquellas personas que todavía no poseen el título universitario de Grado pero que están estudiando para obtenerlo.

LISTADO DE ESCUELAS Y PROGRAMAS MBA

[MBA FULL TIME](#) - [MBA PART TIME](#) - [MBA ONLINE](#) - [MBA INTERNATIONAL](#) -
[MBA ESPECIALIZADO](#) - [MBA EN EL EXTRANJERO](#)

[MBA FULL-TIME](#)

IEDE BUSINESS SCHOOL

Nombre del MBA: Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA Oficial)
Proveedor/Escuela: IEDE Business School

Director del programa: Ignacio Ruiz de la Torre Lugar donde se imparte: Campus La Moraleja (Madrid) Idioma en el que se imparte: Castellano Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial Duración en meses del programa: 9 meses Fecha de inicio del programa: Octubre 2.009 ó Marzo 2.010 Metodología del programa: El método del caso. Materias especializadas del programa:

1. DIRECCIÓN ESTRATÉGICA Y COMPETENCIA
2. FINANZAS, CONTROL DE GESTIÓN Y CORPORATE FINANCE
3. MARKETING, VENTAS Y COMUNICACIÓN
4. OPERACIONES, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN
5. DIRECCIÓN

DESARROLLO DE HABILIDADES (PDH)
BUSINESS ENGLISH
PROYECTO FIN DE MÁSTER

Descripción del programa: Forma al alumno en base a las nuevas tendencias de la Dirección de Empresas y el management. Además, incluye un Programa de Desarrollo de Habilidades, que dota al alumno de las destrezas y recursos necesarios para desenvolverse en el mundo profesional, y 200 horas de Business English, que tiene como objetivo que los alumnos puedan desenvolverse con facilidad en cualquier reunión de negocios y/o proyecto empresarial internacional.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Los profesores de IEDE Business School tienen un doble perfil:

- Profesional: cuentan con experiencia profesional en distintas áreas de dirección a nivel internacional

- Formativo: formación ejecutiva

Parte del claustro de IEDE Business School participa en congresos, seminarios y reuniones profesionales de referencia.

Entre los miembros del profesorado figuran también investigadores referentes en su sector, quienes actualmente participan activamente en grupos de I+D y cuyos resultados resultan de tanto interés mediático que son publicados en revistas y publicaciones de referencia Número de estudiantes matriculados por año: 60 alumnos año

Rango de edad de los matriculados: Entre 23 y 35 años Porcentaje de estudiantes extranjeros: 60% Porcentaje de hombres: 50% Requisitos de acceso: Ser licenciado y superar las pruebas de admisión.

¿Se necesita experiencia laboral?: No

Cómo es el proceso de selección del candidato: Una vez recibida la solicitud de admisión y la documentación requerida, el Departamento de Admisiones de Postgrado convocará al candidato a la realización de las pruebas de ingreso correspondientes al programa máster y a una entrevista personal con el director del Máster o con un miembro del Comité de Admisiones.

En la entrevista personal se analiza el potencial de desarrollo del candidato en el programa seleccionado, prestando especial interés a las siguientes habilidades y cualidades específicas: liderazgo, adaptación al cambio, visión estratégica, inteligencia emocional, responsabilidad social ética, espíritu emprendedor y orientación internacional.

¿Tiene bolsa de empleo?: Si, hay un Departamento de Carreras profesionales.

¿Tiene programa de prácticas?: Las prácticas profesionales forman parte del programa y son evaluadas como parte de la formación directiva del alumno. Constituye una oportunidad única para demostrar lo aprendido en una compañía nacional o multinacional y se realizan al finalizar el programa Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Ford - Kelloggs - Disney - BSCH - BBVA - P. Morris - Bloomberg

- Prosegur - TDN - TNT - AZKAR - BD España ? Inditex,? Entre otras.

Programa de becas y ayudas: La Universidad Europea de Madrid pone a disposición un Plan de Becas, Descuentos, Financiación y Seguro al Estudio.

Programa de financiación:

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): El campus de la Moraleja está compuesto por un excelente edificio con una superficie de 6.330 m². El recinto ofrece los últimos adelantos en instalaciones docentes, bibliotecas, aula de trabajo, WIFI y equipamiento de red.

Precio del MBA: 19.900?

Horas: 60 ECTS (1.000 horas)

Horario lectivo: De lunes a viernes de 9,00 a 14,00 con sesiones por la tarde de inglés

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

www.iede.edu / 902100074 ó 91 489 68 19/ postgrado@uem.es

NEBRIJA BUSINESS SCHOOL

Nombre del MBA: Master Universitario en Dirección de Empresas (MBA)

Especializaciones en:

- 1- especialización en Dirección de Empresas Tecnológicas
- 2- especialización en Dirección Financiera
- 3- especialización en Dirección de Personas.
- 4- especialización en Dirección de Empresas Energéticas

Proveedor/Escuela: Nebrija Business School. (NBS)

Director del programa: D. Carlos de Benito

Lugar donde se imparte: Campus Dehesa de la Villa, c/Pirineos 55,28040 Madrid

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial sesión de mañana

Duración en meses del programa: 9

Fecha de inicio del programa: Octubre

Metodología del programa: La metodología está basada en la discusión de casos prácticos, exposiciones y juegos de simulación, sin olvidar el trabajo en equipo. El programa comienza con materias instrumentales e introductorias, hasta profundizar en las distintas áreas funcionales y en la dirección, planificación y estrategia global de la empresa.

Materias especializadas del programa: la Dirección de Empresas a través de un amplio conocimiento de las técnicas de gestión en las diferentes áreas funcionales (marketing, finanzas, producción, recursos humanos.) y el desarrollo de una gran capacidad de análisis y de participación en la dirección del mundo empresarial.

Descripción del programa: El MBA Oficial en Dirección de Empresas, es un programa master diseñado para que el alumno desarrolle una visión global de la Dirección de Empresas a través de un amplio conocimiento de las técnicas de gestión en las diferentes áreas funcionales (marketing, finanzas, producción, recursos humanos.) y el desarrollo de una gran capacidad de análisis y de participación en la dirección del mundo empresarial.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

Número de estudiantes matriculados por año: Las Plazas serán limitadas por lo que se tendrá en cuenta la calificación obtenida en las Pruebas de Admisión

Rango de edad de los matriculados: 22-26

Porcentaje de estudiantes extranjeros:

Porcentaje de hombres: 57%, mujeres 43 %

Requisitos de acceso: Pruebas de Admisión

¿Se necesita experiencia laboral?: No, dirigido a titulados universitarios que desean completar su formación y reforzar su proyección profesional

Cómo es el proceso de selección del candidato: se tendrá en cuenta la calificación obtenida en las Pruebas de Admisión.

¿Tiene bolsa de empleo?: Si

¿Tiene programa de prácticas?: Si

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Iberdrola, Microsoft, Grupo BLC, Vodafone, IBM, PRICE WATERHOUSE, Garrigues asociados, entre otros.

Programa de becas y ayudas: Centro de Asesoramiento Profesional

D. Antonio Pérez. Becas, Ayudas y Subvenciones de la U. Nebrija; Fundación Carolina; Becas AECID; Becas con entidades colaboradoras

Programa de financiación: Programas de financiación preferente

Préstamos para el pago del importe de los derechos de inscripción anual y de los derechos de matrícula gozan de unas condiciones privilegiadas: crédito a largo plazo, tipo de interés preferencial, plazos de carencia hasta la finalización de los estudios y concesión inmediata.

En el Departamento de Administración de la Universidad Antonio de Nebrija podrán obtener más información sobre estos préstamos bancarios en el teléfono: 91 452 11 01, o en el siguiente enlace :

<http://www.nebrija.com/escuela-negocios/admisiones/financiacion.htm>

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): [Servicio de Biblioteca](#).

Puestos en aulas 40.

Puestos en las salas de estudio 217 entre los dos Campus.

Número de ejemplares (lectura y consulta) en Biblioteca.

Más de 48.000 monografías y cerca de 500 suscripciones a publicaciones periódicas, además de otros recursos de información integrados por documentos electrónicos (Cd-Rom y bases de datos en línea) y documentos audiovisuales (vídeos, DVD, casetes, Cd-audio, mapas y dispositivas).

Precio del MBA: Derechos inscripción 2.020 € + honorarios de matrícula 13.860 €.

Horario lectivo: Lunes- Viernes, horario de mañana.

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail (+34) 91 452 11 00 / 01 Correo electrónico postgrado@nebrija.es, Página web; <http://www.nebrija.com/programas-postgrado/master.htm>

EESAE Escuela de Estudios Superiores de Administración y Empresa

Nombre del MBA: MBA

Proveedor/Escuela:

EESAE Escuela de Estudios Superiores de Administración y Empresa

Universidad Europea Miguel de Cervantes

Director del programa: Javier Martín

Lugar donde se imparte: Salamanca / Madrid
Idioma en el que se imparte: Español
Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial
Duración en meses del programa: *12 meses presencial*
Fecha de inicio del programa: Octubre presencial
Metodología del programa: Estudio de casos, desarrollo de proyectos y resolución de ejercicios. Utilización de simuladores.
Materias especializadas del programa: *Marketing, RRHH, Estrategia, Legalidad empresarial, Dirección comercial, Calidad, Finanzas.*

Descripción del programa:

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):
Profesionales acreditados, consultores y directivos.
Número de estudiantes matriculados por año: 50
Rango de edad de los matriculados: *25 / 35*
Porcentaje de estudiantes extranjeros: *30 %*
Porcentaje de hombres: 55 %

Requisitos de acceso:

¿Se necesita experiencia laboral?: *No*

Cómo es el proceso de selección del candidato: Evaluación por parte de la escuela de su c.v..
El alumno debe presentar una carta de motivaciones y realizar una prueba de conocimiento general sobre gestión de empresas así como una prueba psicotécnica para la medición de su perfil profesional.

¿Tiene bolsa de empleo?: Si

¿Tiene programa de prácticas?: Si

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Mas de 300, destacar Disney, Carrefour, Philips, Banco Santander, BBVA, Grupo Arco, Fujitsu, Mercedes Benz, Adecco, Start People, Ogyvi Bassat, ...

Programa de becas y ayudas: Hasta el 30 % del precio del master

Programa de financiación: un año sin intereses.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Salas de estudio con conexión wi fi, Aula virtual, tutorías personalizadas

Precio del MBA: 9000 € presencial

Horas: 72 créditos ECTS

Horario lectivo: 19:00 a 22:00 de lunes a Jueves presencial.

Más información:

www.escuela-esae.com 902 955 191, info@escuela-esae.com

ESCUELA DE NEGOCIOS CAIXANOVA

Nombre del MBA: MBA full time

Proveedor/Escuela: Escuela de Negocios Caixanova

Director del programa:

Lugar donde se imparte: Vigo / A Coruña

Idioma en el que se imparte: Español + sesiones en inglés

Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial

Duración en meses del programa: 12 meses + 3 meses de prácticas en empresa

Fecha de inicio del programa: Vigo: 2 de noviembre / A Coruña: 9 de noviembre

Metodología del programa: Basada en "aprender haciendo"; para ello nuestra metodología se basa, entre otros elementos, en el "método del caso"; outdoor training, role-playing; simulaciones empresariales, etc. Además hacemos especial hincapie en el desarrollo de la habilidades personales y para la dirección y, de este modo, todos los alumnos participarán en un proceso de coaching personalizado.

Materias especializadas del programa: Se hará un recorrido por todas las áreas de la empresa, para desarrollar una visión generalista de la misma y su funcionamiento. Se aportarán herramientas para un desempeño eficaz dentro de cada una de las áreas. En este sentido, por ejemplo, cabe destacar el papel del coaching empresarial, la gestión de la innovación, herramientas de gestión financiera y valoración de empresas, herramientas de

fidelización y marketing relacional; el diseño e implantación de procesos de internacionalización, etc.

Descripción del programa: Con el **MBA** de la Escuela de Negocios Caixanova además de aportar conocimientos sobre el mundo de la empresa, contribuiremos a desarrollar actitudes y habilidades que permitirán a los jóvenes licenciados universitarios acceder al mercado laboral con un sólido potencial de futuro. Nuestro programa **MBA** se basa en una formación eminentemente práctica, a la que han incorporado las técnicas más recientes en el ámbito del "entrenamiento directivo". El trabajo en equipo, la discusión de casos reales, la realización de proyectos para aplicar los modelos aprendidos, la formación outdoor y las prácticas en empresas, entre otros, llevarán a nuestros alumnos a ser jóvenes profesionales capaces de contribuir a la mejora de nuestras empresas.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Profesores propios y visitantes con experiencia profesional

Número de estudiantes matriculados por año: 30 alumnos máximo en cada sede

Rango de edad de los matriculados: 21-25 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 7%

Porcentaje de hombres: 50% de media

Requisitos de acceso: Licenciatura universitaria

¿Se necesita experiencia laboral?: *En el MBA full time no es necesario*

Cómo es el proceso de selección del candidato: Deberá cumplimentar la solicitud de admisión disponible en www.encaixanova.com; junto con la documentación en ella requerida.

Una vez recibida la documentación, se convocará al candidato a las pruebas de selección (psicotécnico, personalidad y entrevista personal). Una vez recibidos los resultados de las pruebas, si éstos son positivos, se explicará al candidato cómo efectuar la matrícula.

¿Tiene bolsa de empleo?: Sí

¿Tiene programa de prácticas?: Todos los alumnos del MBA Full Time finalizarán su ciclo formativo incorporándose a un período mínimo de prácticas en empresas de 3 meses.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Más de 240 empresas han establecido convenios de colaboración educativa.

Programa de becas y ayudas:

Programa de financiación: Credimaster Caixanova

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): 11.000 volúmenes, 250 revistas especializadas y 1.700 proyectos empresariales elaborados por alumnos. Contamos con 2 salas de ordenadores y cada uno de nuestros alumnos recibe un ordenador portátil.

Precio del MBA: 14.200 €

Horas: 70 créditos ECTS / **Horario lectivo:** Dedicación exclusiva

Más información: Escuela de Negocios Caixanova - Avda. Madrid,60 - 36204 VIGO - Tel 986 493 252 - Fax 986 494 828 - www.encaixanova.com info@enegocioscaixanova.edu

UNIVERSIDAD DE DEUSTO

FICHA	Master en Dirección de Empresas - MBA
Nombre del Master	Master en Dirección de Empresas - MBA
Proveedor/Escuela	Universidad de Deusto / ESTE
Ediciones del MBA	39 (Viene haciéndose desde 1971)
Director:	José Antonio Idígoras Ugarteburu
Lugar en el que se imparte	Campus de San Sebastián de la Universidad de Deusto
Idioma	Español
Tipo de Programa	Presencial y full-time
Duración:	12 meses (900 horas), octubre-junio + prácticas
Fecha de inicio:	Finales de septiembre / inicios de octubre
Metodología:	Eminentemente práctica: tutorías, evaluación continua. análisis de casos, modelos de simulación, visitas de empresarios y profesionales, asistencia a cursos para profesionales
Materias Especializadas:	Programa de tipo generalista que permite especialización en

	áreas funcionales a través de la amplia oferta de materias optativas
Descripción del Programa:	Es un MBA reconocido por el Ministerio de Educación español, que otorga título oficial. Dirigido principalmente a personas jóvenes, a las que no se requiere experiencia profesional, les ofrece una sólida formación multidisciplinar y promueve su desarrollo personal, sentando las bases para una brillante carrera profesional. Es además un MBA con marcado carácter internacional que ofrece la posibilidad de tener una doble titulación, MBA y título extranjero.
Tipo de claustro:	37 profesores permanentes (además de visitas de 20 a 40 ponentes externos cada año). Profesores en su mayoría con título de Doctor y/o MBA. La mitad de ellos aproximadamente son profesionales de empresa.
Número de estudiantes cada año:	Alrededor de 25 cada año
Rango de edad de matriculados:	23 a 29 años por lo general
Edad media de los alumnos:	Alrededor de 24 a 25 años (variable cada año)
Porcentaje de estudiantes extranjeros:	Aproximadamente 30% a 40% cada año (variable)
Porcentaje de hombres:	Alrededor de 60% cada año (variable)
Requisitos de acceso:	Titulación de grado u otra expresamente admitida como equivalente; realización de pruebas de admisión
Experiencia laboral:	No se requiere
Proceso de selección:	Análisis global de resultados de las pruebas de admisión, currículum del candidato y nivel de conocimiento de idiomas. Proceso continuo, en el que se evalúan solicitudes a medida que se reciben.
GMAT	Dado que la valoración es global, no se toma la nota del GMAT de forma aislada, sino que se relaciona con el resto de méritos del candidato
Bolsa de empleo:	Sí, a través del Departamento de Salidas Profesionales. A los 2/3 meses trabaja cosa de 70% de estudiantes, y prácticamente 90-100% a los 3-4 meses.
Prácticas:	SI. Prácticas como parte del programa del MBA
Acuerdos con empresas:	Anualmente se firman del orden de 20 a 30 convenios para prácticas específicos al MBA .
Becas:	Pueden concederse becas y ayudas a los estudiantes españoles
Financiación:	El sistema normal de pago contempla el pago a plazos. Adicionalmente, diversas entidades financieras ofrecen créditos y financiación en diferentes modalidades
Infraestructuras de apoyo:	Puesta a disposición de los estudiantes de portátiles y PCs. Disponibilidad de aula multimedia para videoconferencias. Disponibilidad de numerosas salas de estudio y trabajo. Biblioteca con cerca de 100.000 volúmenes. Acceso on-line a numerosas publicaciones y bases de datos. Red Wi-Fi en el campus. Etc.....
Precio del MBA:	14. 880 euros (orientativo)
Horas:	Aproximadamente 900 horas
Horario lectivo:	Principalmente (pero no únicamente), lunes a jueves por la tarde y viernes por la mañana. Programa de tipo full-time, debiendo dedicar el tiempo fuera de sesiones lectivas a trabajo personal y en grupo.
Telefono y fax, web	Tel. 943.32.64.60 Fax:. 943.32.64.61

	www.este.deusto.es/masters/mba iretegi@ud-ss.deusto.es
--	---

ADM BUSINESS SCHOOL

Nombre del MBA: MBA Full Time + Dirección y Gestión de Proyectos

Proveedor/Escuela: ADM Business School

(La parte de Dirección y Gestión de Proyectos se imparte en colaboración con la Universidad de Valencia).

Director del programa:

D. Javier Cuevas Martín

Consejero Delegado de HOERBIGER IBERICA y HOERBIGER IBERICA HOLDING

Lugar donde se imparte: Madrid

Idioma en el que se imparte: en español.

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial

Duración en meses del programa: 10 meses

Fecha de inicio del programa: 2 convocatorias al año

- 26 de Octubre de 2009
- 15 de Marzo de 2010

Metodología del programa: Se aplica el MÉTODO DEL CASO: Nuestro método pedagógico reproduce la realidad empresarial en las aulas, a través de un sistema práctico, dinámico y participativo, que busca el desarrollo de las habilidades adecuadas y de los conocimientos idóneos para la consecución de una carrera directiva de éxito. Las aulas, los medios tecnológicos y el resto de infraestructuras de ADM están específicamente diseñadas para el desarrollo eficiente de nuestra metodología.

Materias especializadas del programa: Dirección General, Dirección de marketing y ventas, Dirección en Recursos Humanos, Dirección Financiera, Dirección de proyectos, Dirección de Operaciones...

Descripción del programa:

Dirigido a licenciados universitarios sin experiencia o con poca experiencia profesional, el MBA Full Time permite, mediante un proceso de aprendizaje intensivo y exigente, adquirir todo el conocimiento necesario para la gestión empresarial. Convierte al alumno en un profesional con un dominio técnico de alto nivel de las diversas funciones de la empresa y le dota de una visión global e integradora de todas las áreas funcionales de la empresa y su comprensión como un "todo" interrelacionado. Permittedole una planificación y gestión global del negocio.

Al finalizar el máster el alumno obtiene doble titulación:

- MBA por ADM Business School
- Máster en Dirección y Gestión de Proyectos por la Universidad de Valencia

El programa incluye, además un área de inglés de negocios homologado por la Cámara de Comercio de Londres

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

Son 30 profesores con una clarísima orientación al alumno y con una sólida preparación teórica.

Todos son profesionales con una larga trayectoria en puestos directivos de empresas de primer nivel.

Número de estudiantes matriculados por año: 20 plazas

Rango de edad de los matriculados: Hasta 25 años (43%), de 25 a 27 años (36%), de 27 a 30 años (13%) y más de 30 años (8%)

Porcentaje de estudiantes extranjeros: El 35% de los alumnos son extranjeros

Porcentaje de hombres: 60% hombres y 40% mujeres

Requisitos de acceso: es necesario acreditar titulación universitaria. Se valora el nivel de inglés.

¿Se necesita experiencia laboral?: No es necesario

Cómo es el proceso de selección del candidato:

Se valorará el expediente académico, la formación complementaria y cartas de recomendación. Deberá superar un test ADEN (Desarrollados por las Consultoras Círculo de Formación y SHL) y una entrevista con el Director del Programa, el Director Académico o el Director de la escuela. Se valora la presentación del TOEFL y del GMAT.

¿Tiene bolsa de empleo?:

Al finalizar el máster, el Departamento de Carreras Profesionales ofrece al alumno un servicio de orientación y asesoramiento personalizado en consultoría de RRHH y mercado laboral, acerca de cómo realizar el currículum, entrevista de trabajo y técnicas de búsqueda de empleo. Ofrece una gestión personalizada en los procesos de búsqueda de candidatos en respuesta a ofertas de trabajo, poniendo en contacto a las empresas con los antiguos alumnos de acuerdo al perfil, competencias y preferencias de éstos. Los grupos reducidos en combinación con el alto número de ofertas profesionales que se gestionan cada año, permite una efectividad superior al 90% en la contratación y promoción de nuestros alumnos.

¿Tiene programa de prácticas?:

Todos los alumnos del MBA Full Time tienen garantizadas la realización de prácticas en empresas. Para ello ADM tiene establecidos convenios específicos con un gran número de empresas de distintos sectores profesionales.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

ABBOTT LABORATORIOS S.A, ADECCO, AVANCE LEVEL, AYUNTAMIENTO DE POZUELO DE ALARCÓN, CORTEFIEL SELECCIÓN, GRUPO NORTE, NET2, TELEFÓNICA MOVILES, GRUPO VIPS, PC CITY, GRIKER ORGEMER, INYPSA, CPC, CREMADES & CALVO-SOTELO ABOGADOS, FORD, ALDESA CONSTRUCCIONES, IRIUM CONSULTING, EL ECONOMISTA, NH Hoteles, PROINTEC, JAGUAR&LAND ROVER, HOLCIM, HAY SELECCIÓN, ENRESA, DOMINION TECNOLOGIAS, ACCIONA, CLUB EXCELENCIA EN GESTIÓN, ENDESA, PARADORES, FERROVIAL, PSICOTEC, ABETAS, CEMEX, ACCENTURE, ADEQUA, ALICO SEGUROS, ALSTOM, AMPLIA TELECOMUNICACIONES, APPLUS (NOVOTEC), ATESA, AVIS, BANCO POPULAR, BRITISH TELECOM, CARREFOUR, CENTUR, CETELEM, DEXTER ASSOCIATES, DAIMLER CHRYSLER, EUROQUALITY, FASTER, FORTIS, FUNDACIÓN SÍNDROME DE DOWN DE MADRID, GESTIÓN DE ACTIVOS Y NEGOCIOS, HOERBIGER IBERICA, HOSPITAL QUIRON, HR LEADER (PIRO ESTUDIOS), INDRA, JANSSEN-CILAG, JANSSEN-PHARMA, KING STURGE, KNIGHT FRANK, [KONSAC](#), LARCOVI, LOEWE, MAHOU-SAN MIGUEL, MUSGO, NEXUS, [NURUN CRAZY](#), ONCE, PANDA SOFTWARE INTERNACIONAL, PROYECTA SISTEMAS DE INFORMACIÓN, RANDSTAD, SANITAS, SELECO TÉCNICA, SERMICRO, TEA CEGOS DEPLOYMENT, TCP SISTEMAS E INGENIERÍA, THE NIELSEN COMPANY, UNIVERSIA, VOCENTO, VOLVO CARS

Programa de becas y ayudas:

ADM tiene establecidos varios acuerdos para la concesión de becas a los alumnos que desean optar a un máster: Programa de Becas con la Fundación ONCE y Programa de Becas propio de ADM Business School par estudiantes Iberoamericanos: fruto del espíritu de internacionalidad

de nuestra institución, se creó un programa de becas que permite el acercamiento de los estudiantes iberoamericanos a nuestra institución. Este programa basado en una valoración por méritos académicos y profesionales permite a un número de estudiantes todos los años poder acceder a ayudas económicas de hasta el 100% del coste del máster.

Programa de financiación:

ADM Business School tiene establecidos acuerdos con diversas entidades bancarias para la financiación preferencial de la matrícula. Esto permite que muchos de nuestros estudiantes estudien con carencia de hasta dos años, lo que les permite no pagar el máster hasta un año después de haberlo concluido. Los estudiantes que se acogen a esta modalidad, pueden diferir el pago del MBA al momento en el que se están beneficiando profesional y salarialmente por haberlo realizado.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

salas de reunión diseñadas para el trabajo en equipo, todas ellas provistas de ordenador, impresora, cañón de video, pizarra y conexión a Internet; Aula Magna; Salas multimedia; Red de conexión inalámbrica a Internet en toda la escuela; Biblioteca Virtual del Grupo Planeta, Asociación de Antiguos Alumnos, Servicio de reprografía, etc.

Precio del MBA: 15.600 Euros

Horas: 800 horas lectivas y 500 horas de prácticas

Horario lectivo: de lunes a viernes de 9:00h a 14:00h

Más información:

Teléfono: 917 811 465

Fax: 915 751 648

info@admbs.com

www.admbs.com

IDE-CESEM

Nombre del MBA: MBA. Master en Dirección y Gestión de Empresas

Proveedor/Escuela: IDE-CESEM, Instituto de Directivos de Empresa

Director del programa: Director del centro: Javier Zardoya
Directora de Estudios: Esther Álvarez
Directora de Admisiones: Maite Sanjuán

Lugar donde se imparte: Madrid, Pamplona y Burgos

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial / OnLine

Duración en meses del programa: 12 meses / 1 año

Fecha de inicio del programa: Octubre 2009 (modalidad Presencial) /
Matrícula continua en OnLine

Metodología del programa: Metodología del Caso Práctico

Materias especializadas del programa: **Modulo de Habilidades directivas:** En este módulo el alumno desarrollará las cualidades que debe tener un líder para gestionar proyectos con garantías así como dirigir personas utilizando las técnicas de

comunicación y negociación propias para competir en el mercado profesional con los conocimientos y habilidades que requieren los puestos de Gestión y/o Dirección.

Simulador Financiero: Herramienta para realizar un análisis financiero integral para Planes de Negocio.

Descripción del programa: El Programa Master en Dirección y Gestión de Empresas, MBA de IDE-CESEM da respuesta al reto al que se enfrentan las compañías de la Nueva Era, ofreciendo los conocimientos y las herramientas de gestión que hoy debe saber manejar un ejecutivo de empresa.

Tipo de claustro docente: Nuestro equipo docente está formado por profesionales en activo que compaginan su vida laboral en sus empresas con la docencia, empleando situaciones reales en sus clases, acercando la realidad empresarial a los alumnos.

Número de estudiantes por año: Entre 15 y 20 alumnos en la modalidad presencial

Rango de edad de los matriculados: Entre 25 y 35 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 5 %

Porcentaje de hombres: 55%

Requisitos de acceso: Licenciados, Diplomados y/o Profesionales.

¿Se necesita experiencia laboral?: Solamente en caso de no contar con estudios universitarios se ha de acreditar la experiencia laboral.

Cómo es el proceso de selección del candidato: El proceso de admisión se inicia cumplimentando la solicitud de inscripción acompañada de la documentación solicitada desde el departamento de admisiones que valorará las aptitudes del candidato.

¿Tiene bolsa de empleo?: Sí, más de 1.500 ofertas gestionadas en 2008

¿Tiene programa de prácticas?: Se puede programar a petición del alumno

Programa de becas y ayudas: Descuentos especiales según promoción y para desempleados

Programa de financiación: Financiación por la propia Escuela, con la posibilidad de pago aplazado desde 4 a 8 meses, sin intereses.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Evaluación Competencial: Mediante un equipo de profesionales y a través de un Assesment Center, al inicio del Programa se evalúa el nivel de desempeño en las competencias directivas definidas y se elaboran planes de acción personalizados para cada alumno.

Atención personalizada por parte de nuestros profesores, contando con 200 profesionales en activo que combinan su actividad diaria con la formación, usando ejemplos reales y casos prácticos en sus clases.

Campus Virtual a disposición de nuestros alumnos. Plataforma propia para el estudio desde 1999, pionera entre las Escuelas de Negocio. <http://www.ide-cesem.com/demo/proyecto4.html>

Material propio, IDE-CESEM edita su propio material, tanto libros como cds, renovando de forma continua sus contenidos y manteniendo el temario actualizado.

Disponibilidad de **tutorías individuales** con los distintos tutores de área para la resolución de cualquier problema o caso que se plantee durante el curso o la vida profesional del alumno.

Acceso a la **Bolsa de Empleo y asesoramiento profesional** para la inserción en puestos de responsabilidad.

Impartición de **conferencias** para la **formación continua** con ponentes relevantes de forma regular y gratuita para los alumnos.

Asociación de antiguos alumnos para el fomento del networking, distintas actividades profesionales y otras ventajas.

Precio del MBA: 14.823 euros (precio en Madrid) / 7.195 € On-Line

Horas: 600 horas

Horario lectivo: Presencial: part time / Lunes y Martes de 18 a 22 h.
OnLine / horario libre

Más información: http://www.ide-cesem.com/MASTERS/direccion_gestion_empresa_presencial.pdf

Web/Teléfono/Fax/E-mail:

IDE-CESEM, Instituto Directivos de Empresa
Edificio Elcano, Paseo General Martínez Campos 46, 2º
WWW.IDE-CESEM.com
Telf: 91 310 51 80 / Fax: 91 310 46 75
escueladenegocios@ide-cesem.com

ESEM

NOMBRE DEL MBA:
- MBA EN DIRECCION DE EMPRESAS
- MBA EN DIRECCION FINANCIERA

ESCUELA:
Escuela Internacional de Dirección Empresarial (ESEM)

DIRECTORA PROGRAMAS:
Dña. Francisca Adelantado

LUGAR DONDE SE IMPARTEN
Madrid

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE

- Español

TIPO DE PROGRAMA

- Presencial

DURACION EN MESES:

- 14 meses + 6 para tesis

FECHA INICIO DEL PROGRAMA

- Octubre - Noviembre y Febrero

METODOLOGIA DEL PROGRAMA

- Teórico-práctico

MATERIAL ESPECIALIZADAS:

- Dirección
- Financiero

DESCRIPCION DEL PROGRAMA:

- Especializado, presencial y evaluación práctica

TIPO CLAUSTRO DE PROFESORES

- Profesionales. Expertos en activo profesional

NUMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS POR AÑO

- 50

RANGO DE EDAD:

- ENTRE 27 Y 32 años

PORCENTAJE ESTUDIANTES EXTRANJEROS:

- 45%

PORCENTAJE DE HOMBRES

- 45%

REQUISITOS DE ACCESO:

- Universitarios con más de dos años de experiencia profesional

COMO ES EL PROCESO DE SELECCION:

- Análisis de Curriculum académico y profesional, más entrevista personal

TIENE BOLSA DE EMPLEO

- Si

TIENE PROGRAMA DE PRACTICAS

- Si

EMPRESAS CON LAS QUE SE TIENEN ACUERDO

- Más de 100 empresas de todos los tamaños y en todos los sectores

PROGRAMA AYUDAS Y BECAS

- NO

PROGRAMA FINANCIACION

- Si. A medida en cuotas mensuales directamente sin intereses

SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA

- Sala de ordenadores última generación conectados a internet

PRECIO DEL MABA

- Dirección 8.700 €
- Financiero 7.700 €

HORAS

- Entre teóricas y prácticas 1100

HORARIO LECTIVO

- Viernes tarde y sábados día completo, una vez o dos por mes (depende del programa y trimestre)

MAS INFORMACION:

WEB: www.esem.es

Tfno.: 91 5152100 y 616904013

Fax.: 91 5152101

email: esem@esem.es

e&s ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS

Nombre del MBA: MBA Full-Time Bilingüe

Proveedor/Escuela: e&s escuela superior de negocios

Director del programa: David Bort Mondragón

Lugar donde se imparte: Castellón

Idioma en el que se imparte: castellano e inglés

Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial

Duración en meses del programa: 9

Fecha de inicio del programa: 19 de octubre de 2009

Metodología del programa: La principal herramienta metodológica que se utiliza para la adquisición de conocimientos es el método del caso para situar al alumno en situaciones reales con el objeto de que éste la estudie y tome decisiones. Además, se potencia el trabajo en equipo que tiene el objetivo de mejorar las técnicas de liderazgo y comunicación de los alumnos.

Materias especializadas del programa: Nuestros alumnos se formarán durante el programa sobre todo en las siguientes materias:

- Contabilidad de Gestión y Financiera
- Dirección comercial
- Habilidades directivas
- Dirección Estratégica
- Entorno económico y jurídico
- Dirección Económico-Financiera
- Dirección de operaciones
- Dirección de marketing
- Control de Gestión
- Dirección de Recursos Humanos
- Inglés de Negocios

Descripción del programa:

El objetivo del MBA es conseguir transformar a jóvenes titulados en profesionales capaces de dirigir empresas. Para ello se les proporciona una formación de alto nivel que les permita afrontar futuras decisiones que tendrán que tomar en la empresa.

Los estudiantes aprenderán el inglés de negocios dado que un 30% de las clases serán impartidas en inglés y además cada día hay una hora de inglés de negocios.

El programa ofrece al alumno la posibilidad de participar en una estancia en prácticas en un puesto para tener la oportunidad de demostrar lo que valen. Además, las prácticas son ofrecidas por antiguos alumnos que desean incorporar en su empresa una persona de su misma formación y perspectiva de la empresa.

Los estudiantes tendrán la posibilidad de participar en estancias en el extranjero, una en el Reino Unido y la otra en Alemania, durante las cuales se impartirán cursos de cinco días por

profesores de e&s e internacionales, y en las que los alumnos tendrán la posibilidad de experimentar "otra forma de hacer las cosas".

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): e&s cuenta con un profesorado de prestigio internacional procedentes de IE, ESADE e IESE.

Todos nuestros profesores conjugan la formación con el asesoramiento a las empresas, y por tanto, a través de la investigación, la formación y la consultoría, nuestros profesores están en contacto con la realidad empresarial y a la vanguardia en la creación de conocimiento.

Número de estudiantes matriculados por año: 20

Rango de edad de los matriculados: entre 22 y 30 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 80%

Porcentaje de hombres: 60%

Requisitos de acceso: título universitario, o una formación profesional de grado superior equivalente, experiencia laboral (aunque sean unos pocos meses), nivel de inglés intermedio / avanzado

¿Se necesita experiencia laboral?: Sí (aunque sean unos pocos meses)

Cómo es el proceso de selección del candidato: Todos los candidatos tienen que realizar una entrevista personal para acreditar su experiencia y valía profesional.

¿Tiene bolsa de empleo?: Sí

¿Tiene programa de prácticas?: Sí

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Consulte con nuestro equipo académico.

Programa de becas y ayudas: Sí, consulte con nuestro equipo de admisión

Programa de financiación: hasta 7 años con dos años de carencia

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): e&s dispone de una biblioteca en la que se encuentran libros actuales de las materias que se imparten. Además, cuenta con zona Wifi para que los alumnos se puedan conectar a la red.

Precio del MBA:

Precio base (clases MBA): 6.500 Euros

Programa de prácticas: 1.000 Euros

Estancias en el extranjero: 750 Euros (por estancia)

Horas:

600 horas

Horario lectivo:

de lunes a viernes de 10.00 a 14.00hrs

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

www.escuelasuperior.com

Tel. 964 25 49 69

Fax 964 25 36 35

información@escuelasuperior.com

IESE

Nombre del MBA: Full-Time MBA

Proveedor: IESE

Lugar: Barcelona

Duración: 19 meses

Precio:

Idioma: Programa bilingüe español e inglés

Más información: http://www.iese.edu/en/files/MBA_2008_Brochure.pdf

ESADE

Nombre del MBA: Full-Time MBA

Proveedor: ESADE

Lugar: Barcelona

Duración: 12, 15 ó 18 meses

Precio: 54.500 euros

Idioma: Bilingüe inglés y español

Más información: http://www.esade.edu/mba/eng/the_mba_programmes/full_time_mba

MBA PART-TIME

EESAE Escuela de Estudios Superiores de Administración y Empresa

Nombre del MBA: MBA semi presencial

Proveedor/Escuela:

EESAE Escuela de Estudios Superiores de Administración y Empresa

Universidad Europea Miguel de Cervantes

Director del programa: Javier Martin

Lugar donde se imparte: Salamanca / Madrid

Idioma en el que se imparte: Español

Tipo de programa (presencial/online/etc.):

mixta / Semipresencial / Blended

Duración en meses del programa: *12 meses presencial*

Fecha de inicio del programa: Octubre

Metodología del programa: Estudio de casos, desarrollo de proyectos y resolución de ejercicios. Utilización de simuladores.

Materias especializadas del programa: *Marketing, RRHH, Estrategia, Legalidad empresarial, Dirección comercial, Calidad, Finanzas.*

Descripción del programa:

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

Profesionales acreditados, consultores y directivos.

Número de estudiantes matriculados por año: 50

Rango de edad de los matriculados: *28 / 35*

Porcentaje de estudiantes extranjeros: *15 %*

Porcentaje de hombres: *55 %*

Requisitos de acceso:

¿Se necesita experiencia laboral?: *No*

Cómo es el proceso de selección del candidato: Evaluación por parte de la escuela de su c.v..

El alumno debe presentar una carta de motivaciones y realizar una prueba de conocimiento general sobre gestión de empresas así como una prueba psicotécnica para la medición de su perfil profesional.

¿Tiene bolsa de empleo?: Si

¿Tiene programa de prácticas?: Si

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Mas de 300, destacar Disney, Carrefour, Philips, Banco Santander, BBVA, Grupo Arco, Fujitsu, Mercedes Benz, Adecco, Start People, Ogyvi Bassat, ...

Programa de becas y ayudas: Hasta el 30 % del precio del master

Programa de financiación: un año sin intereses.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Salas de estudio con conexión wi fi, Aula virtual, tutorías personalizadas

Precio del MBA: 7000 € presencial

Horas: 72 créditos ECTS

Horario lectivo: Viernes tarde / Sabado Mañana

Más información:

www.escuela-esae.com 902 955 191, info@escuela-esae.com

IDEC-Universitat Pompeu Fabra

Nombre del MBA: MBA part time

Proveedor/Escuela: IDEC-Universitat Pompeu Fabra
Director del programa: Joaquín Tena
Lugar donde se imparte: Balmes 132-134, Barcelona
Idioma en el que se imparte: Castellano
Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial
Duración en meses del programa: 15 meses
Fecha de inicio del programa: 13/10/09
Metodología del programa: 2/3 es aplicado con el método del caso y asignaturas experienciales y 1/3 es contenido
Materias especializadas del programa: *Estrategia, Finanzas y contabilidad, Marketing, Operaciones, Recursos Humanos, Sistemas de la información. Especialización a través de una amplia gama de optativas entre todas las asignaturas optativas ofertadas para el MBA y entre todas las asignaturas de los demás másters del IDEC.*
Descripción del programa: Programa de dirección de empresa con un fuerte componente de práctica mediante dos proyectos, un plan de empresa, casos y otras metodologías y asignaturas que permiten desarrollar tanto la visión integrada de la empresa y de su entorno, como las habilidades directivas.
Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): 55% universitarios y 45% consultores y directivos de empresa
Número de estudiantes matriculados por año: unos 30
Rango de edad de los matriculados: 26-40 aprox.
Porcentaje de estudiantes extranjeros: 15%
Porcentaje de hombres: 72%
Requisitos de acceso: Titulación universitaria y un mínimo de 3 años de experiencia laboral
¿Se necesita experiencia laboral?: Sí, un mínimo de 3 años
Cómo es el proceso de selección del candidato: presentación de toda la documentación requerida y entrevista personal con el director del programa.
¿Tiene bolsa de empleo?: Sí
¿Tiene programa de prácticas?: No está incluido pero el IDEC gestiona las prácticas a los participantes que encuentren prácticas.
Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: empresas del Patronato, empresas colaboradoras y otras.
Programa de becas y ayudas: Becas MBA para los sectores económicos clave y ayuda de colaboración para participantes sin actividad laboral.
Programa de financiación: posibilidad de pago en 2 años y acuerdos con varias entidades bancarias.
Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): servicio de bienvenida para no residentes, servicio de carreras, asociación de antiguos alumnos, biblioteca de la UPF y centro de documentación en el IDEC, sala de estudios exclusiva para los MBA.
Precio del MBA: 23.900€
Horas: 700
Horario lectivo: lunes de 18.00 a 22.00, viernes de 17.30 a 21.30 y sábados de 9.00 a 14.00
Más información: www.idec.upf.edu/mba - 00 34 93 542 29 12 - mba@idec.upf.edu

MBA EXECUTIVE

EOI

Nombre del MBA: Executive MBA
Proveedor/Escuela: EOI Escuela de Negocios
Director del programa: Eduardo Sicilia
Lugar donde se imparte: Madrid
Idioma en el que se imparte: Castellano
Tipo de programa (presencial/online/etc.): Se imparte en dos modalidades: presencial u on line
Duración en meses del programa: 9 meses

Fecha de inicio del programa: octubre 2009

Metodología del programa: Se trata de una metodología muy dinámica y abierta donde cobran protagonismo los siguientes elementos:

- Las sesiones presenciales y los casos prácticos
- Foros de debate, análisis y trabajo en equipo
- Las conferencias sectoriales y los líderes de opinión
- Programa de coaching y desarrollo profesional
- Los seminarios de desarrollo y enriquecimiento directivo
- El Aula virtual
- Los períodos residenciales intensivos
- Proyecto empresarial y corporativo

Materias especializadas del programa: *Dirección de Marketing y Ventas, dirección de RRHH, finanzas, dirección estratégica, reponsabilidad corporativa y liderazgo*

Descripción del programa: El programa está diseñado para: *Potenciar la mentalidad y la capacidad de gestión estratégica de los participantes. Trabajamos con los participantes para estimular al máximo su capacidad de visión estratégica en el entorno global, capacidad necesaria para diseñar, formular e implementar estrategias de valor para sus organizaciones. Desarrollar las capacidades de análisis, y de síntesis para potenciar su eficiencia en la toma de decisiones estratégicas y operativas de los participantes.

Estimulamos así la eficiencia organizativa y el perfil directivo de los participantes en entornos cambiantes y multidisciplinares. *Trabajar con las competencias directivas de los participantes, para dar un impulso cualitativo a su desarrollo profesional y personal.

Mejoramos su potencial de comunicación ante pequeñas y grandes audiencias, su capacidad de dirección e integración de equipos, su capacidad de adaptación e integración... Fomentar una mentalidad abierta al cambio, a la innovación y a la creatividad en todos y cada uno de los aspectos necesarios para el desarrollo y el éxito de las empresas y organizaciones.

*Acercar a los participantes a la realidad de la alta dirección empresarial. Para ello les dotamos de unos sólidos conocimientos en las más modernas y avanzadas técnicas de gestión empresarial desde muy diversos ámbitos y perspectivas (perspectiva financiera, visión comercial, capacidad estratégica, política de marketing, dirección de personas,...) Pero siempre con un objetivo final: fomentar su capacidad de desarrollo directivo hacia puestos de máxima representación en sus compañías y entornos profesionales

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): El claustro docente del MBA Executive de EOI Escuela de Negocios está formado por un equipo de profesores y profesionales, especialistas en sus diversos campos de actuación que comparten un denominador común: pasión por la enseñanza y el desarrollo de directivos.

Se trata de profesores permanentes, profesores asociados y prestigiosos directivos de la empresa, que conjugan los conocimientos teóricos con una amplia experiencia profesional y probadas dotes didácticas, enriqueciendo el aprendizaje del alumno al transmitirle, no sólo las bases del conocimiento teórico empresarial, sino también sus propias experiencias, con un sentido práctico, eficaz y real del entorno empresarial.

Número de estudiantes matriculados por año: 25 alumnos

Rango de edad de los matriculados: Entre 30 y 42 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 20 %

Porcentaje de hombres: 65%

Requisitos de acceso: Titulados universitarios con al menos 5 años de experiencia profesional.

¿Se necesita experiencia laboral?: *Sí*

Cómo es el proceso de selección del candidato: Deberá superar unas pruebas de admisión y una entrevista con el Director del Programa. Además se valorará la trayectoria académica y profesional.

¿Tiene bolsa de empleo?: *Sí.*

¿Tiene programa de prácticas?: No, esto sólo se hace en los programas dirigidos a recién titulados.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Programa de becas y ayudas: *Sí.*

Programa de financiación: *Sí, con La Caixa.*

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Accesos a discapacitados

Club EOI

Biblioteca
Salón de Actos
Aulas/Salas de Estudio
Restaurante
Servicios Bancarios
Seguro de Accidentes
Precio del MBA: 22.490 €
Horas: 560 h

Horario lectivo:

Edición de Febrero (quincenal): Viernes 16 a 22 h. y sábados 9 a 15 h. fines de semana alternos.

Edición de Octubre (semanal): Viernes 16 a 22 h. y sábados 9 a 15 h.

Ambas convocatorias tienen 2 periodos residenciales de 4 días.

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

www.eoi.es

902502005

Informacion@eoi.es

ESIC

Nombre del MBA: EMBA. Executive MBA. Master en Dirección de Empresas

Escuela: ESIC Business & Marketing School

Director del programa: Segundo Huarte Martín

Lugar donde se imparte: Madrid / Valencia / Zaragoza / Sevilla / Navarra / Murcia / Granada / Bilbao / Málaga / Barcelona

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa: presencial

Duración en meses del programa: 12 meses

Fecha de inicio del programa: Enero 2010

Metodología del programa: metodología apoyada en grupos reducidos, el trabajo en equipo, la discusión de casos prácticos reales y el desarrollo de herramientas directivas. Adicionalmente, el trabajo desarrollado en las aulas, dónde se entremezclan las características personales de cada participante con las aportaciones cualificadas de los profesores y del resto de participantes, genera una interacción muy positiva y enriquecedora, personal y profesionalmente. Todo ello con el fin de conseguir la adquisición de conocimientos para la dirección general; el desarrollo de habilidades y la actitud proactiva para la toma de decisiones y la dirección de personas.

Materias especializadas del programa: En las diferentes áreas de conocimiento, que figuran desarrolladas en la descripción del programa, potenciamos la visión estratégica, la toma de decisiones, la dirección de personas, la perspectiva internacional y la iniciativa emprendedora.

Descripción del programa: Programa específicamente diseñado para formar directivos con las habilidades y el manejo de técnicas necesarias para la administración de una organización empresarial (finanzas, marketing, dirección de personas etc.) y la toma de decisiones, capaces de desarrollar habilidades para la dirección y el Liderazgo, mediante la experiencia de dirigir una empresa en contextos de alta competitividad bajo un enfoque internacional.

Tipo de claustro docente: la dirección del programa ha seleccionado un equipo docente multidisciplinar, con una formación integradora, exigencia de plena profesionalidad, desarrollo de la capacidad de reflexión e iniciativa creadora. En definitiva un equipo docente que nos permite aunar el rigor intelectual y técnico con la práctica de la realidad empresarial.

Rango de edad de los matriculados: 33 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 19%

Porcentaje de hombres: 78%

Requisitos de acceso: haber finalizado sus estudios superiores, estar en posesión de un expediente académico satisfactorio y poseer conocimientos del inglés business.

¿Se necesita experiencia laboral?: Sí, Para el enriquecimiento entre los participantes del EMBA será necesario que cuenten con experiencia profesional en puestos de responsabilidad.

Cómo es el proceso de selección del candidato: haber finalizado sus estudios superiores, estar en posesión de un expediente académico satisfactorio y poseer conocimientos del inglés business. La experiencia profesional y los conocimientos de idiomas, así como cualquier mérito, tanto profesional como personal, serán valorados por la Comisión de Admisiones.

¿Tiene bolsa de empleo?: ESIC, cuenta con el Departamento de Carreras Profesionales, el cual posee acuerdos con más de 8.000 empresas.

¿Tiene programa de prácticas?: ESIC, cuenta con un departamento de carreras profesionales que gestiona más de 8.000 acuerdos con empresas para cualquiera de sus programas excepto el EMBA puesto que se requiere experiencia previa en alta dirección.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

ACCENTURE-ACNIELSEN COMPANY -AMERICAN EXPRESS-AVON-BANCO BILBAO VIZCAYA-BANKINTER-BAT-BBVA-COCA-COLA-COGNODATA-COLGATE PALMOLIVE ESPAÑA-CORTEFIEL-DECATHLON-DELL-FIAT-FRANCE TELECOM ESPAÑA-FUNDACIÓN *SAVE THE CHILDREN*-HEINEKEN-HILTI-KELLOGG-KIABI-KIMBERLY CLARK-L'OREAL-LG ELECTRONICS-LLORENTE-LVMH-MAERSK-MASERATI WEST EUROPE-MASTERFOODS-MARS-MICHAEL PAGE-MICROSOFT-NH HOTELES-NIELSEN-NIVEA-NOKIA SPAIN-PASCUAL-PEPSICO-PFIZER-PHILIPS-PREVENCIÓN FREMAP-PRICEWATERHOUSECOOPERS-PROCTER-PUBLISEIS-REPSOL-REPSOL YPF-RODANIVO-SAMSUNG-ELECTRONICS-SANTANDER-THE WALT DISNEY COMPANY-UNIVERSAL PICTURES-VODAFONE-WOMEN'S SECRET-WPP-HECGLOBAL-YAHOO IBERIA-YVES ROCHER

Programa de becas y ayudas:

Esic destina importantes ayudas a los alumnos y/o candidatos que cumplan los requisitos descritos en cada programa de becas: Programa de Becas para Estudiantes Iberoamericanos de la Fundación Carolina, Becas para alumnos Iberoamericanos, Ayudas Económicas, Becas Esic-Expiga y Fundación Tripartita.

Más información: http://www.esic.es/general_becas.asp

Programa de financiación: Esic, cuenta con ayudas económicas y condiciones preferentes de financiación que se ofrecen a los alumnos del área de postgrado

Servicios e infraestructuras de apoyo: Como complemento de la formación académica ESIC considera de vital importancia el contacto del participante del MBA con el mundo empresarial. Mediante una serie de conferencias al participante del MBA le facilitamos esa cercanía a la realidad empresarial. Nuestra larga trayectoria e implantación geográfica y estratégicas implantaciones internacionales a través de nuestros acuerdos, nos ha permitido ofrecer a nuestros colectivos una amplia red de conexiones y contactos. Además contamos con unas instalaciones tecnológicamente preparadas, Editorial propia y multitud de servicios para la óptima preparación de nuestros estudiantes.

Precio del MBA: 17.300 €

Horas: 500

Horario lectivo: Viernes de 17:00 a 22:00 h. y Sábados de 09:00 a 14:00 h.

Más información:

Web: http://www.esic.es/master_mba.asp?IdP=46&n=EMBA&sec=1

Teléfono: 914524101

Fax: 91 352 85 34

E-mail: admisiones@esic.es

ENAE Business School

Nombre del MBA: Executive MBA

Proveedor/Escuela: ENAE Business School

Director del programa: D. Enrique Egea Ibañez

Lugar donde se imparte: ENAE Business School. Murcia

Idioma en el que se imparte: Español

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial

Duración en meses del programa: 10 meses

Fecha de inicio del programa: 9/10/09

Metodología del programa:

Método activo y participativo en el que se alternan las exposiciones teóricas de conocimientos, técnicas y métodos de análisis para la actuación empresarial, con la realización de casos prácticos reales, sacados de las empresas, trabajando en equipo.

Proyecto Final de Master.

-Realización de Outdoor training:

Pretende, a través de la experiencia de una formación fuera del aula, ampliar la capacidad de aprendizaje y ayudar a descubrir las claves del éxito en el trabajo, siempre a través de actividades y metodologías correctamente diseñadas, y fortalecer el liderazgo, creación y desarrollo de equipos, fomentar la comunicación interpersonal, potenciar la creatividad en la toma de decisiones y la cohesión de equipos.

- Juego de simulación empresarial TRAMA:

Juego desarrollado por ENAE Business School con la finalidad de que los alumnos apliquen los conocimientos adquiridos, fomentando el trabajo en equipo y familiarizando a sus participantes con el mundo real de la empresa, comprobando de forma práctica la interrelación entre las distintas áreas que la componen.

Los alumnos, organizados por equipos, realizan una competición interna con sus compañeros de master y, a su vez, con el resto de alumnos de ENAE que participan en TRAMA.

Materias especializadas del programa:

ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO

DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

DIRECCIÓN GENERAL

DIRECCIÓN FINANCIERA

GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING

ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL

FISCALIDAD DE LA EMPRESA

HABILIDADES DIRECTIVAS

DIRECCIÓN ESTRATEGICA

DIRECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA.

Los alumnos de ENAE, dentro del área formativa en el ámbito económico empresarial, y Master o Curso en el que estén matriculados, y como un punto importante en la globalidad del mismo (normalmente se dedican al Proyecto un mínimo de 150 horas), deben realizar y exponer un Proyecto Final, sobre la materia del curso o Master. Esta fase concluye con la presentación pública ante un tribunal y la evaluación del mismo. El tribunal está compuesto por reconocidos profesionales y empresarios del sector, así como posibles inversores interesados en desarrollar algunos de los proyectos presentados.

Para la realización de estos proyectos se nombra un Tutor, experto en la materia sobre la que se va a realizar el proyecto. El perfil de los tutores es diferente en función del tema elegido, pudiendo ser doctores de universidad, profesionales especializados o consultores. Todos ellos tienen más que reconocida su valía, siendo en su mayoría profesores y/o antiguos alumnos de ENAE, dado que en los últimos 25 años han pasado por nuestras aulas muchos de los actuales profesionales, directivos y gerentes de empresas.

Todos estos tutores son coordinados por un colaborador al que denominamos Coordinador de Tutores y Proyectos, el cual vela por el orden de realización y cumplimiento del trabajo por parte de los tutores.

Número de estudiantes matriculados por año: 40

Rango de edad de los matriculados: 35-45

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 25%

Porcentaje de hombres: 75%

Requisitos de acceso:

El alumno cumplimenta el documento de admisión, el cual deberá presentar junto a la certificación de su titulación, certificados de otros cursos o seminarios realizados, nivel de idioma, así como trabajo realizado en diferentes empresas y puesto desempeñado.

Adjuntando a todo esto dos cartas de presentación.

Realizada la preselección entre las preinscripciones (existe un baremo para la puntuación del currículum vitae entregado), el candidato realiza entrevista con el equipo directivo del master, la cual determinará finalmente la admisión del candidato.

¿Se necesita experiencia laboral?: Si

Cómo es el proceso de selección del candidato: Más de 5 años de experiencia profesional en posiciones directivas. Pasar entrevista con el director del máster.

¿Tiene bolsa de empleo?:

¿Tiene programa de prácticas?: Si, gestionamos más de 330 prácticas remuneradas al año, un 50% aproximado en empresas nacionales y el otro 50% en empresas extranjeras en más de 300 empresas socias.

Programa de becas y ayudas:

Programa de financiación: El programa se puede financiar sin coste durante la realización del mismo, así como ofrecemos acuerdos con entidades de crédito que ofrecen periodos de carencia de capital e intereses durante un año y de capital durante dos.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

MEDIOS MATERIALES

Empleo de Nuevas Tecnologías: Uso de medios técnicos: cañón, ordenador....

La Escuela también dispone de zona Wi-fi en el 100% de sus aulas.

Todos los alumnos de ENAE y antiguos alumnos tienen a su disposición 2 salas totalmente equipadas a nivel informático.

ENAE Business School dispone de un campus virtual puesto a disposición de alumnos y profesorado para complementar los programas formativos, donde se albergan artículos de interés, trabajos, calificaciones, etc. Éste permite a los alumnos estar en contacto, tanto con los profesores, como con toda la comunidad ENAE, (compañeros del propio curso y de cualquier otro), e intercambiar experiencias, impresiones, celebrar debates y foros de discusión.

Además todas las aulas disponen de ordenador y cañón de proyección, equipo de sonido, así como conexión a internet por si fuera necesario para el desarrollo de las clases, discusión de casos, toma de notas, etc,

Igualmente, todos los alumnos pueden disponer de un correo @enae.es, si así lo solicitan, para su uso mientras realizan sus estudios

Laboratorios o espacios especializados: Seminarios, Aula de Informática, Laboratorio de Idiomas...

Conscientes de la importancia que tiene el entorno en la calidad de la formación, ENAE ha cuidado desde el principio la calidad de sus instalaciones, proporcionando el marco adecuado a los participantes para que se desarrollen todos los objetivos perseguidos en estos programas. El edificio principal de ENAE está situado en la zona noroeste del Campus Universitario de Espinardo. Consta de cuatro plantas con una superficie útil aproximada de 2200 metros cuadrados disponiendo de: salas de clase, salas de trabajo en equipo, salas de informática totalmente actualizadas, sala de documentación y biblioteca, comedor y cocina, salón de actos, aula de idiomas, sala de juntas y despachos. Todo ello rodeado un entorno natural propicio para la concentración y el estudio de los participantes.

Precio del MBA: 9.200€

Horas: 500 horas

Horario lectivo: 335

Más información: Web: www.enaes.es /Teléfono + 34 968 899 899/Fax + 34 968 884 133/E-mail info@enaes.es

ITE CAIXA GALICIA

NOMBRE DEL MBA: MBA EXECUTIVE ITE-COMILLAS

Proveedor/Escuela: ITE Caixa Galicia e Comillas-ICAI-ICADE

Director del programa: María Camino Agra y Virginia Horcajadas Romero

Lugar donde se imparte: La Coruña

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial

Duración en meses del programa: 14 meses

Fecha de inicio del programa: 6-11-09

Metodología del programa: Se emplea el método del caso pero no de forma exclusiva, sino complementándolo con exposiciones teóricas, ejercicios resueltos en clase por el ponente, trabajos individuales y en grupo, etc., adecuando a las particularidades del grupo y a cada materia la metodología formativa, para maximizar el resultado del proceso de aprendizaje.

Materias especializadas del programa:

- *Programa de Desarrollo de la Marca Personal ("Personal Branding")*
- *Outdoor training*
- *Seminario en Comillas-ICAI-ICADE*

Descripción del programa:

- DIRECCIÓN GENERAL
 - Dirección Estratégica I
 - Dirección Estratégica II
 - Negocios Internacionales
 - Estadística Aplicada
- DIRECCIÓN FINANCIERA
 - Análisis Contable
 - Análisis Financiero
 - Análisis de Costes para la Toma de Decisiones
 - Dirección y Gestión Financiera
 - Instrumentos Financieros Internacionales
- DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS
 - Gestión de Personas y Habilidades Directivas
 - Dirección de Recursos Humanos
 - Gestión de Relaciones Laborales
- DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING
 - Marketing Estratégico
 - Dirección Comercial

- DIRECCIÓN DE OPERACIONES
 - Gestión de la Tecnología de la Información
 - Dirección de Operaciones
- ENTORNO EMPRESARIAL
 - Entorno Económico
 - Entorno Jurídico
 - Responsabilidad Social de la Empresa

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): El MBA Executive ITE - Comillas es impartido por el claustro docente del Instituto de Postgrado de la Universidad Pontificia Comillas. Los profesionales que lo componen son expertos que, a su preparación universitaria, capacidad profesional demostrada y experiencia en formación, unen la condición de haber superado un riguroso proceso de selección. Compatibilizar trabajo y enseñanza supone una permanente actualización de sus conocimientos que se refleja en el alto nivel de sus clases y actividades con los alumnos.

Número de estudiantes matriculados por año: 32

Rango de edad de los matriculados: 30-44 (*Edad media de 34 años con una Experiencia profesional media de 8 años*).

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 5%

Porcentaje de hombres: 60%

Requisitos de acceso: Titulación universitaria. Excepcionalmente, se admiten al programa alumnos sin titulación universitaria que acrediten una dilatada experiencia laboral y ocupen puestos de responsabilidad.

¿Se necesita experiencia laboral?: Titulados superiores, al menos tres años; Titulados medios al menos cinco años; Personas sin titulación, mínimo 10 años).

Cómo es el proceso de selección del candidato: El proceso de selección consiste en un análisis preliminar de las candidaturas recibidas, la realización de pruebas escritas, una entrevista individual a los candidatos y un análisis detallado y comparativo de las candidaturas, que concluye en la selección de los mejores perfiles para el programa.

¿Tiene bolsa de empleo?: Acceso a las Bolsa de Talento de ITE Caixa Galicia y Comillas-ICADE-ICAI.

¿Tiene programa de prácticas?: No aplicable a un programa executive

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Programa de becas y ayudas: ITE Caixa Galicia ofrece a los mejores candidatos la posibilidad de acceder a becas de estudio por el 50% del importe de la matrícula del programa MBA Executive. La asignación de las becas será realizada sobre la base de la valoración profesional de los candidatos. A igualdad de perfiles, tendrán preferencia las candidaturas recibidas con anterioridad.

Programa de financiación: Caixa Galicia ha creado una línea de productos de financiación con condiciones altamente ventajosas, destinada a los alumnos que cursen los programas de postgrado ITE Caixa Galicia.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Los alumnos del MBA Executive ITE - Comillas cuentan con la completa infraestructura de la sede principal de ITE en La Coruña.

Precio del MBA: 16.600 €

Horas: 500 horas

Horario lectivo: Viernes de 17:00 a 22:00 horas y sábados de 9:00h a 14:00h.

Más información: www.itecaixagalicia.com / 981 185 035 / 981 99 08 51 / Info@itecaixagalicia.com

ISM-ESIC Campus Barcelona

Nombre del MBA: MBA EXECUTIVE - ESIC

Proveedor/Escuela: ISM-ESIC Campus Barcelona

Director del programa: Segundo Huarte

Lugar donde se imparte: C/ Santaló, 36 Edificio Las Américas

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial

Duración en meses del programa: 13

Fecha de inicio del programa: 30/10/2009

Metodología del programa:

Los principios metodológicos desarrollados a lo largo del programa, tienen como fin que se puedan conseguir los tres objetivos anteriormente señalados: la adquisición de conocimientos; el desarrollo de habilidades y la actitud proactiva para la toma de decisiones y la dirección de personas.

EXPOSICIÓN CONCEPTUAL DEL PROFESOR Y DISCUSIÓN EN SESIÓN
PLENARIA

CASOS PRÁCTICOS

ROLE-PLAY

ESTUDIO INDIVIDUAL

TRABAJO EN EQUIPO

INFORMES ESCRITOS

PRESENTACIONES EN EL AULA

PROYECTO FINAL DEFENDIDO ANTE TRIBUNAL

Materias especializadas del programa: Mercados Emergentes ejemplarizados en China y la India

Descripción del programa:

FA S E I - ENTORNO Y EMPRESA

FA S E II - PROFUNDIZACIÓN EN LOS PROCESOS

1. FUNDAMENTALES: FINANZAS, MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL, OPERACIONES E INNOVACIÓN, DIRECCIÓN DE PERSONAS, SISTEMAS DE INFORMACIÓN

2. ÁMBITO INTERNACIONAL

FA S E III - HABILIDADES PARA LA DIRECCIÓN Y EL LIDERAZGO

FA S E IV - INICIATIVA EMPRENDEDORA Y GESTIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES
PROYECTO DE DESARROLLO EMPRESARIAL

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Doctores especializados y formadores profesionales en activo.

Número de estudiantes matriculados por año: 30

Rango de edad de los matriculados: 30 y 40

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 10 %

Porcentaje de hombres: 50%

Requisitos de acceso:

El/la candidata/a deberá haber finalizado sus estudios superiores, estar en posesión de un expediente académico satisfactorio y poseer conocimientos del inglés business. Para el enriquecimiento entre los participantes del EMBA será necesario que cuenten con experiencia profesional en puestos de responsabilidad directiva. Los conocimientos de idiomas, así como cualquier mérito, tanto profesional como personal, serán valorados por la Comisión de Admisiones.

¿Se necesita experiencia laboral?: *S/*

Cómo es el proceso de selección del candidato: Entrevista personal. Documentación de admisión y prueba de acceso por escrito.

¿Tiene bolsa de empleo?: SI

¿Tiene programa de prácticas?: SI

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Empresas representadas en el programa ESIC Barcelona Executive MBA

T-Systems, Fira de Barcelona, Grupo Zeta, Grupo Freixenet, Caixa Tarragona, Jonson & Jonson, Círculo de Lectores, Daemon Queso, Winterthur Seguros, Swarovski, Sottotemps, Ulled Comunicació, ACESA, Enthone España, Pajapack, Difusión & Audiencias Euro Rsc Worldwide, Juno Serveis, MATT, Water FIRE, http Comunicació, IMPHY UGINE Precisión España, CPS Fórum, ENVAC Ibérica, Smurfit Kappa.

Programa de becas y ayudas:

ISM tiene concertados préstamos de estudios en condiciones ventajosas con diversas entidades financieras

Becas y ayudas a la formación

Bonificación de formación a las empresas a través de la Fundación Tripartita

Programa de financiación:

Sistema de pago fraccionado.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Biblioteca, Sala de Ordenadores, Conexión Wi-fi

Precio del MBA: 17.300 euros.

Horas: 500 horas

Horario lectivo: Viernes de 17:00 a 22:00 y sábados de 9:00 a 14:00 horas.

Más información: http://www.ismarketing.com/curso/curso_master_mba_executive.asp

E-mail: info@ismarketing.com

Telf.: 93 414 44 44

IDE-CESEM

Nombre del MBA:	Executive MBA
Proveedor/Escuela:	IDE-CESEM, Instituto de Directivos de Empresa
Director del programa:	Director del centro: Javier Zardoya Directora de Estudios: Esther Álvarez Directora de Admisiones: Maite Sanjuán
Lugar donde se imparte:	Madrid
Idioma en el que se imparte:	Castellano
Tipo de programa (presencial/online/etc.):	Presencial / OnLine
Duración en meses del programa:	12 meses / 1 año
Fecha de inicio del programa:	Octubre 2009 (modalidad Presencial) / Matrícula continua en OnLine
Metodología del programa:	Metodología del Caso Práctico
Materias especializadas del programa:	Modulo de Evaluación Competencial Exclusivo de IDE-CESEM(A través de un Assesment Center, al inicio del programa se evalúa el nivel de desempeño en las competencias

directivas definidas, elaborándose planes de acción personalizados para cada alumno, con el que se trabajará de forma individualizada para el máximo desarrollo de sus capacidades, buscando perfeccionar sus técnicas en la dirección y gestión empresarial)

Descripción del programa:

El Master más completo que alcanza este año su trigésimo séptima edición dirigido a todos aquellos profesionales con responsabilidades en Gerencia, Dirección Empresarial y Departamental que busquen desarrollar una visión global e integral del funcionamiento de la Empresa a través del conocimiento de las áreas esenciales que afectan a sus operaciones y Decisiones.

Tipo de claustro docente:

Nuestro equipo docente está formado por profesionales en activo que compaginan su vida laboral en sus empresas con la docencia, empleando situaciones reales en sus clases, acercando la realidad empresarial a los alumnos.

Número de estudiantes matriculados por año: Máximo 15 alumnos en la modalidad presencial

Rango de edad de los matriculados: Entre 30 y 45 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 5 %

Porcentaje de hombres: 85%

Requisitos de acceso: Directivos y Profesionales con experiencia en puestos de responsabilidad.

¿Se necesita experiencia laboral?: Profesionales con al menos 3 años de experiencia en puestos de responsabilidad.

Cómo es el proceso de selección del candidato: . El proceso de admisión se inicia cumplimentando la solicitud de inscripción acompañada de la documentación solicitada desde el departamento de admisiones que valorará las aptitudes del candidato.

¿Tiene bolsa de empleo?: Sí, más de 1.500 ofertas gestionadas en 2008

¿Tiene programa de prácticas?: Se puede programar a petición del alumno

Programa de becas y ayudas: Descuentos especiales según promoción y para desempleados

Programa de financiación: Financiación por la propia Escuela, con la posibilidad de pago aplazado desde 4 a 8 meses, sin intereses.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Evaluación Competencial: Mediante un equipo de profesionales y a través de un Assesment Center, al inicio del Programa se evalúa el nivel de desempeño en las competencias directivas definidas y se elaboran planes de acción personalizados para cada alumno.

Atención personalizada por parte de nuestros profesores, contando con 200 profesionales en activo que combinan su actividad diaria con la formación, usando ejemplos reales y casos prácticos en sus clases.

Campus Virtual a disposición de nuestros alumnos. Plataforma propia para el estudio desde 1999, pionera entre las Escuelas de Negocio. <http://www.ide-cesem.com/demo/proyecto4.html>

Material propio, IDE-CESEM edita su propio material, tanto libros como cds, renovando de forma continua sus contenidos y manteniendo el temario actualizado.

Disponibilidad de **tutorías individuales** con los distintos tutores de área para la resolución de cualquier problema o caso que se plantee durante el curso o la vida profesional del alumno.

Acceso a la **Bolsa de Empleo** y **asesoramiento profesional** para la inserción en puestos de responsabilidad.

Impartición de **conferencias** para la **formación continua** con ponentes relevantes de forma regular y gratuita para los alumnos.

Asociación de antiguos alumnos para el fomento del networking, distintas actividades profesionales y otras ventajas.

Precio del MBA: 16.825 Euros / 7.895 € On-Line

Horas: 650 horas

Horario lectivo: Presencial: part time / Viernes de 18 a 22 h. y Sábados de 10 a 14 h. OnLine / horario libre

Más información: http://www.ide-cesem.com/MASTERS/executive_mba_presencial.pdf

Web/Teléfono/Fax/E-mail:

IDE-CESEM, Instituto Directivos de Empresa
Edificio Elcano, Paseo General Martínez Campos 46, 2º
WWW.IDE-CESEM.com
Telf: 91 310 51 80 / Fax: 91 310 46 75
escueladenegocios@ide-cesem.com

e&s ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS

Nombre del MBA: Executive MBA

Proveedor/Escuela: e&s escuela superior de negocios

Director del programa: David Bort Mondragón

Lugar donde se imparte: Castellón

Idioma en el que se imparte: castellano

Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial

Duración en meses del programa: 12

Fecha de inicio del programa: 23 de octubre de 2009

Metodología del programa: La principal herramienta metodológica que se utiliza para la adquisición de conocimientos es el método del caso para situar al alumno en situaciones reales con el objeto de que éste la estudie y tome decisiones. Además, se potencia el trabajo en equipo que tiene el objetivo de mejorar las técnicas de liderazgo y comunicación de los alumnos.

Materias especializadas del programa: Nuestros alumnos se formarán durante el programa sobre todo en las siguientes materias:

- Contabilidad de Gestión y Financiera
- Dirección comercial
- Habilidades directivas
- Dirección Estratégica
- Entorno económico y jurídico
- Dirección Económico-Financiera
- Dirección de operaciones
- Dirección de marketing
- Control de Gestión
- Dirección de Recursos Humanos

Descripción del programa: El Executive MBA de e&s se caracteriza por ser un programa que capacita al alumno para entender y ocupar cualquier puesto dentro de una organización. La metodología se orienta hacia la toma de decisiones general y se transforma al alumno para crear el hábito de analizar y tomar decisiones.

El programa va dirigido a directivos o personas con experiencia y potencial para llegar a serlo.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): e&s cuenta con un profesorado de prestigio internacional procedentes de IE, ESADE e IESE.

Todos nuestros profesores conjugan la formación con el asesoramiento a las empresas, y por tanto, a través de la investigación, la formación y la consultoría, nuestros profesores están en contacto con la realidad empresarial y a la vanguardia en la creación de conocimiento.

Número de estudiantes matriculados por año: 20

Rango de edad de los matriculados: entre 30 y 40 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 20%

Porcentaje de hombres: 80%

Requisitos de acceso: título universitario, o una formación profesional de grado superior equivalente, 3 años de experiencia dirigiendo equipos

¿Se necesita experiencia laboral?: Sí

Cómo es el proceso de selección del candidato: Todos los candidatos tienen que realizar una entrevista personal para acreditar su experiencia y valía profesional.

¿Tiene bolsa de empleo?: Sí

¿Tiene programa de prácticas?: No

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Programa de becas y ayudas: Sí, consulte con nuestro equipo de admisión

Programa de financiación: hasta 7 años con dos años de carencia

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): e&s dispone de una biblioteca en la que se encuentran libros actuales de las materias que se imparten.

Además, cuenta con zona Wifi para que los alumnos se puedan conectar a la red.

Precio del MBA: 11.500 Euros

Horas:

Modalidad part-time: 350 horas

Modalidad quincenal: 250 horas

Horario lectivo:

Modalidad part-time: viernes de 19.00 a 21.00hrs y sábados de 9.00 a 14.00hrs

Modalidad quincenal: fines de semana alternos,

viernes de 19.00 a 21.00hrs y sábados de 9.00 a 14.00hrs

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

www.escuelasuperior.com

Tel. 964 25 49 69

Fax 964 25 36 35

información@escuelasuperior.com

CESMA

Nombre del MBA: Executive Master en Dirección y Administración de Empresas (EMBA)

Proveedor: CESMA

Lugar: Madrid

Duración: 12 meses

Precio: 12.500

Idioma: Español

Más información:

<http://www.mastermas.com/masters/master-executive-direccion-y-administracion-de-empresas-emba-192871.html>

ESTEMA

Nombre del MBA: Máster en Dirección de Empresas Professional PMBA o Executive EMBA

Proveedor: ESTEMA

Lugar: Valencia

Duración: 9 meses

Precio: 9.500 PMBA - 12.000 EMBA

Idioma: Español

Más información: <http://estema.uem.es/es/programas/pmba>

MBA ONLINE

IUP (INSTITUTO UNIVERSITARIO DE POSGRADO)

- Nombre del MBA: MBA
- Proveedor/Escuela: Instituto Universitario de Posgrado (IUP)
- Director del programa: Clara Cardone. Profesora titular de Economía Financiera y Contabilidad del Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Carlos III de Madrid.
- Lugar donde se imparte: On-line
- Idioma en el que se imparte: español
- Tipo de programa (presencial/online/etc.): On-line
- Duración en meses del programa: 18 meses
- Fecha de inicio del programa: 21 de octubre
- Metodología del programa: Metodología de las 3E (Escenario, Estrategia y Evaluación)
- Materias especializadas del programa: Administración de Empresas
- Descripción del programa:
 - Formar a especialistas de alto nivel en los distintos ámbitos de la dirección empresarial y en los nuevos métodos de gestión y administración.
 - Desarrollar habilidades directivas y organizativas para desenvolverse en un entorno empresarial dinámico, cada vez más global.
 - Facilitar los conocimientos necesarios al alumno para asumir mayor responsabilidad dentro de la propia empresa.
 - Proporcionar los conocimientos específicos de gestión que le permite afrontar los continuos cambios en los patrones de gestión y una visión empresarial global altamente competitiva.
 - Fomentar el espíritu emprendedor y la capacidad de orientar la empresa hacia nuevas oportunidades de negocio.
 - Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Profesores universitarios y de empresa.
- Número de estudiantes matriculados por año: El MBA tiene 3 convocatorias a lo largo del año. En Marzo hay una media de 80 alumnos; en Junio 25 alumnos y en Octubre 50 alumnos.

- Rango de edad de los matriculados: Entre los 30-35 años
- Porcentaje de estudiantes extranjeros: 50%
- Porcentaje de hombres: 53%
- Requisitos de acceso: Poseer el título de Licenciado
- ¿Se necesita experiencia laboral?: Se recomienda una experiencia laboral previa.
- Cómo es el proceso de selección del candidato:
- ¿Tiene bolsa de empleo?: Sí
- ¿Tiene programa de prácticas?: No
- Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:
- Programa de becas y ayudas:
- Programa de financiación: Se puede financiar el pago del Máster en mensualidades
- Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):
- Precio del MBA: 8.250 €
- Horas:
- Horario lectivo:
- Más información:
 - www.iup.es
 - 902 215 512 - Fax 91 744 93 02
 - info@iup.es

BUREAU VERITAS FORMACIÓN

Nombre del MBA: Master en Dirección y Gestión de Empresas - MBA

Proveedor/Escuela: Bureau Veritas Formación

Director del programa: Luis Lombardero

Lugar donde se imparte: Internacional

Idioma en el que se imparte: Español

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Online

Duración en meses del programa: 12 Meses

Fecha de inicio del programa: Matrícula abierta todo el año

Metodología del programa: Aprendizaje por competencias, es decir, adquirir los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios

Materias especializadas del programa: Gestión empresarial, administración de empresas, finanzas, marketing, estrategia empresarial,...

Descripción del programa: se adjunta ficha

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

Número de estudiantes matriculados por año: 100

Rango de edad de los matriculados: 26-45

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 5%

Porcentaje de hombres: 53%

Requisitos de acceso: Sin requisitos

¿Se necesita experiencia laboral?: No

Cómo es el proceso de selección del candidato: Mediante solicitud de matrícula

¿Tiene bolsa de empleo?:

¿Tiene programa de prácticas?:

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Programa de becas y ayudas: Sí, convocatoria anual

Programa de financiación: Sistema de Tarifa Plana

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Bibliografía, documentación en PDF,

Precio del MBA: 2300 €

Horas: 600

Horario lectivo: 24 horas, 365 días, según programación del alumno

Más información: Web/Teléfono/Fax/Email

GRUPO GATES FORMACIÓN EMPRESARIAL Y MASTERS S.L.-EFEM-

Nombre del MBA: MASTER EFEM EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS-MBA-

Proveedor/Escuela:

GRUPO GATES FORMACIÓN EMPRESARIAL Y MASTERS S.L.-EFEM-

Director del programa: ESCUELA DE FORMACIÓN EMPRESARIAL -EFEM-

Lugar donde se imparte: A DISTANCIA

Idioma en el que se imparte: ESPAÑOL

Tipo de programa (presencial/online/etc.): A DISTANCIA CON APOYO ON LINE

Duración en meses del programa: 24 MESES

Fecha de inicio del programa: EN CUALQUIER MOMENTO

Metodología del programa: A DISTANCIA

Materias especializadas del programa: *ORGANIZACIÓN EMPRESAS, HABILIDADES DIRECTIVAS, CONTABILIDAD FINANCIERA, MARKETING, COMERCIAL, LABORAL, TRIBUTARIO...*

Descripción del programa:

- I. Organización de Empresas
- II. Habilidades Directivas
- III. Contabilidad Financiera 1
- IV. Contabilidad Financiera 2
- V. Contabilidad Financiera 3
- VI. Análisis de Estados Financieros
- VII. Contabilidad de Gestión y de Costes
- VIII. Financiación y Valoración de Empresas
- IX. Dirección de Marketing 1
- X. Dirección de Marketing 2
- XI. Calidad, Servicio y Atención al Cliente
- XII. Dirección Comercial y Técnicas de Venta 1
- XIII. Dirección Comercial y Técnicas de Venta 2
- XIV. Dirección y Gestión de Recursos Humanos
- XV. Laboral 1
- XVI. Laboral 2
- XVII. Sistema Tributario 1
- XVIII. Sistema Tributario 2
- XIX. Sistema Tributario 3
- XX. Sistema Financiero
- XXI. Matemáticas Financieras
- XXII. Derecho Mercantil
- XXIII. Prevención de Riesgos Laborales
- XXIV. Medio Ambiente

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

Una de las claves de los Masters es el servicio personalizado de tutorías, a través del cual usted puede formular las preguntas que desee con la seguridad de tener a su disposición el criterio y experiencia de profesores altamente cualificados.

El profesor-tutor le será asignado desde el primer día del curso y será quien planifique el estudio del Máster, de acuerdo con su tiempo y su ritmo de estudio, realizando un seguimiento personalizado en cada uno de los temas.

Usted podrá elegir en cada momento la forma de contacto que le resulte más cómoda o aquella que se ajuste mejor a sus necesidades. Por teléfono, fax, correo electrónico, carta... o visitándonos personalmente, encontrará siempre las respuestas ante cualquier duda o pregunta que le pueda surgir.

Número de estudiantes matriculados por año: EL AÑO PASADO FUERON 704 ALUMNOS
Rango de edad de los matriculados: A PARTIR DE 25 AÑOS
Porcentaje de estudiantes extranjeros: SÓLO PARA RESIDENTES EN ESPAÑA
Porcentaje de hombres: NO SIGNIFICATIVO-AL TRATARSE DE UN MASTER A DISTANCIA
Requisitos de acceso: ES UN MASTER DISEÑADO Y ORIENTADO A TRABAJADORES EN ACTIVO. SE ADAPTA A LAS NECESIDADES DE UNA PERSONA QUE TIENE QUE FORMARSE MIENTRAS DESEMPEÑA SU TRABAJO
¿Se necesita experiencia laboral?: NO ES NECESARIO
Cómo es el proceso de selección del candidato: LAS PERSONAS INTERESADAS DEBERAN PRESENTAR SU SOLICITUD AL PROGRAMA. POSTERIORMENTE SE REALIZARÁ UNA ENTREVISTA TELEFÓNICA CON UN ASESOR DEL CENTRO QUE ANALIZARÁ EL PERFIL DEL CANDIDATO Y SU IDONEIDAD PARA LLEVAR A CABO EL PROGRAMA.
¿Tiene bolsa de empleo?: A REQUERIMIENTO DEL TITULADO
¿Tiene programa de prácticas?: NO ESE NECESARIO DADAS LAS CARACTERÍSTICAS Y DISEÑO DEL MASTER- A DISTANCIA-
Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: CONSULTAR EN LA WEB
Programa de becas y ayudas: CONSULTAR CON EL CENTRO
Programa de financiación: A SOLICITUD DEL ALUMNO
Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): SISTEMA DE FORMACIÓN A DISTANCIA CON APOYO TELEFÓNICO, ON LINE, Y POSIBILIDAD DE TUTORIA PRESENCIAL CONCERTANDO PREVIAMENTE CON TUTOR. NINGUNA DE LAS OPCIONES SON NECESARIAS NI IMPRESCINDIBLES PARA LLEVAR A CABO EL PROGRAMA
Precio del MBA: CONSULTAR CON EL CENTRO
Horas: 1250 HORAS
Horario lectivo: DADAS LAS CARACTERÍSTICAS DEL MASTER- A DISTANCIA- EL PROGRAMA SE ADAPTA A LAS NECESIDADES DEL ALUMNO
Más información: WWW.GRUPOGATES.COM/917611991/ GRUPOGATES@GRUPOGATES.COM

EESAE Escuela de Estudios Superiores de Administración y Empresa

Nombre del MBA: MBA on line (especialidad dirección general, marketing o RRHH)
Proveedor/Escuela:
EESAE Escuela de Estudios Superiores de Administración y Empresa
Universidad Europea Miguel de Cervantes
Director del programa: Javier Martin
Lugar donde se imparte: On line
Idioma en el que se imparte: Español
Tipo de programa (presencial/online/etc.): on line
Duración en meses del programa: *18 meses on line*
Fecha de inicio del programa: indiferente
Metodología del programa: Estudio de casos, desarrollo de proyectos y resolución de ejercicios. Utilización de simuladores.
Materias especializadas del programa: *Marketing, RRHH, Estrategia, Legalidad empresarial, Dirección comercial, Calidad, Finanzas.*

Descripción del programa:

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):
Profesionales acreditados, consultores y directivos.
Número de estudiantes matriculados por año: 50
Rango de edad de los matriculados: *25 / 35*
Porcentaje de estudiantes extranjeros: *30 %*
Porcentaje de hombres: *55 %*

Requisitos de acceso:

¿Se necesita experiencia laboral?: *No*
Cómo es el proceso de selección del candidato: Evaluación por parte de la escuela de su c.v..

El alumno debe presentar una carta de motivaciones y realizar una prueba de conocimiento general sobre gestión de empresas así como una prueba psicotécnica para la medición de su perfil profesional.

¿Tiene bolsa de empleo?: Si

¿Tiene programa de prácticas?: Si

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Mas de 300, destacar Disney, Carrefour, Philips, Banco Santander, BBVA, Grupo Arco, Fujitsu, Mercedes Benz, Adecco, Start People, Ogyvi Bassat, ...

Programa de becas y ayudas: Hasta el 30 % del precio del master

Programa de financiación: un año sin intereses.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Salas de estudio con conexión wi fi, Aula virtual, tutorías personalizadas

Precio del MBA: 4550 € on line

Horas: 72 créditos ECTS

Horario lectivo: Indiferente On line.

Más información:

www.escuela-esae.com 902 955 191, info@escuela-esae.com

ONLINE BUSINESS SCHOOL

Nombre del MBA: MBA

Proveedor: Online Business School

Lugar: Online

Duración: 10 meses

Precio: 12.500 euros

Idioma: Español

Más información: <http://www.onlinebschool.es/programas/curso.asp?id=36>

IEP-CEU

Nombre del MBA: MBA con especialidad en Dirección General; Marketing y Ventas; o Finanzas.

Proveedor: IEP-CEU

Lugar: Online

Duración: 14 meses

Precio: 6.500 euros (becas hasta 40%)

Idioma: Español

Más información: <http://www.iep.edu.es/iep/programas-master/mba/index.asp?lang=es&IDS=%7B8E0C24B5%2D4FF4%2D48BB%2D8FB7%2D1DBA7F%2D2972%7D>

[MBA INTERNATIONAL](#)

ENAE Business School

Nombre del MBA: IMBA (INTERNATIONAL MBA)

Proveedor/Escuela: ENAE Business School

Director del programa: D.Enrique Egea Ibañez
Lugar donde se imparte: ENAE Business School. Murcia
Idioma en el que se imparte: Español/Inglés (la materia impartida en Chicago)
Tipo de programa (presencial/online/etc.):Presencial
Duración en meses del programa: 18 meses
Fecha de inicio del programa: 9/10/09

Metodología del programa:

Método activo y participativo en el que se alternan las exposiciones teóricas de conocimientos, técnicas y métodos de análisis para la actuación empresarial, con la realización de casos prácticos reales, sacados de las empresas, trabajando en equipo. Proyecto Final de Master.

-Realización de Outdoor training:

Pretende, a través de la experiencia de una formación fuera del aula, ampliar la capacidad de aprendizaje y ayudar a descubrir las claves del éxito en el trabajo, siempre a través de actividades y metodologías correctamente diseñadas, y fortalecer el liderazgo, creación y desarrollo de equipos, fomentar la comunicación interpersonal, potenciar la creatividad en la toma de decisiones y la cohesión de equipos.

- Juego de simulación empresarial TRAMA:

Juego desarrollado por ENAE Business School con la finalidad de que los alumnos apliquen los conocimientos adquiridos, fomentando el trabajo en equipo y familiarizando a sus participantes con el mundo real de la empresa, comprobando de forma práctica la interrelación entre las distintas áreas que la componen.

Los alumnos, organizados por equipos, realizan una competición interna con sus compañeros de master y, a su vez, con el resto de alumnos de ENAE que participan en TRAMA.

Materias especializadas del programa:

Descripción del programa:

PROGRAMA A REALIZAR EN ENAE

ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONOMICO / DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS / DIRECCIÓN DE MARKETING / ESTRATEGIAS DE MARKETING INTERNACIONAL / DIRECCIÓN GENERAL / HABILIDADES DIRECTIVAS / FISCALIDAD DE LA EMPRESA / DIRECCIÓN FINANCIERA / DIRECCIÓN ESTRATEGICA / DIRECCIÓN DE LA TECNOLOGÍA / CALIDAD / ÉTICA EN LOS NEGOCIOS / EMPRESA FAMILIAR / CONTROL DE GESTIÓN / DIRECCIÓN DE OPERACIONES

PROGRAMA A REALIZAR EN EL ILLINOIS INSTITUTE OF TECHNOLOGY-STUART GRADUATE SCHOOL OF BUSINESS

POSTGRADUATE CERTIFICATE IN INTERNATIONAL BUSINESS

The International MBA program analyses the dynamic global environment in which today's business managers must operate. Courses outline the structure of the international financial systems and explain how the foreign exchange markets work. Other topics include the evolution of global enterprise, technology transfer, foreign direct investment and trade disputes. Managers must examine the relation between culture and economics and learn the importance of ethical and social responsibility in an international context. International Business prepares students for management careers in multi-national enterprises, international banking, and firms with interests in overseas operations.

The international MBA students can shape their course of study to suit their individual interests, allowing them to choose within the rich range of courses they need to achieve a specialization in either Marketing or Finance management.

The International MBA students will complete at least three courses among the electives shown below according to their concentration preferences. They will work with an advisor to design the program that meets their career goals.

Financial Management

Description: This concentration is concerned with financial decision-making and financial instruments and markets. Students learn how to apply economic and financial theory to obtain solutions to financial problems, such as choosing among alternative investment

projects and evaluating proposed investment strategies. Courses focus on managing investment portfolios and corporate finance. A finance concentration prepares students for careers in corporate finance and treasury management, banking and insurance, and portfolio management. IIT Stuart also offers a Financial Management certificate program.

Concentration Courses - At least three courses to be elected by students the students specialized in Financial Management concentration:.

Description: This concentration develops and builds marketing decision-making skills. Participants learn how to understand and identify customers needs and wants. More importantly, they learn to look at business problems from a customer-centric viewpoint. An understanding of marketing is essential in today's highly competitive marketplace. Participants will be exposed to cutting-edge tools and techniques for creating business value by leveraging a deep knowledge of the customer. The Marketing concentration prepares professionals for careers in business management, brand management, advertising and public relations, market research and analysis, and account management and sales.

Concentration Courses (At least three courses to be elected by the students specialized in Marketing Management).

International MBA enrolment is limited to students who have already completed ENAE admission requirements, including ENAE English language evaluation and those who have accredited the English requirements by the ENAE deadline. English exams and scores accepted as admission requirement are TOEFL and IELTS scores and Cambridge ESOL Examinations grades.

Los alumnos de ENAE, dentro del área formativa en el ámbito económico empresarial, y Master o Curso en el que estén matriculados, y como un punto importante en la globalidad del mismo (normalmente se dedican al Proyecto un mínimo de 150 horas), deben realizar y exponer un Proyecto Final, sobre la materia del curso o Master. Esta fase concluye con la presentación pública ante un tribunal y la evaluación del mismo. El tribunal está compuesto por reconocidos profesionales y empresarios del sector, así como posibles inversores interesados en desarrollar algunos de los proyectos presentados.

Para la realización de estos proyectos se nombra un Tutor, experto en la materia sobre la que se va a realizar el proyecto. El perfil de los tutores es diferente en función del tema elegido, pudiendo ser doctores de universidad, profesionales especializados o consultores. Todos ellos tienen más que reconocida su valía, siendo en su mayoría profesores y/o antiguos alumnos de ENAE, dado que en los últimos 25 años han pasado por nuestras aulas muchos de los actuales profesionales, directivos y gerentes de empresas.

Todos estos tutores son coordinados por un colaborador al que denominamos Coordinador de Tutores y Proyectos, el cual vela por el orden de realización y cumplimiento del trabajo por parte de los tutores.

Número de estudiantes matriculados por año: 20

Rango de edad de los matriculados: 25-35

Porcentaje de estudiantes extranjeros:

Porcentaje de hombres: 75%

Requisitos de acceso:

El alumno cumplimenta el documento de admisión, el cual deberá presentar junto a la certificación de su titulación, certificados de otros cursos o seminarios realizados, nivel de idioma, así como trabajo realizado en diferentes empresas y puesto desempeñado.

Adjuntando a todo esto dos cartas de presentación.

Realizada la preselección entre las preinscripciones (existe un baremo para la puntuación del currículum vitae entregado), el candidato realiza entrevista con el equipo directivo del master, la cual determinará finalmente la admisión del candidato. Requisitos: Titulación Universitaria, TOEFL, IELTS o equivalente, GMAT o examen de acceso de ENAE.

¿Se necesita experiencia laboral?: Si

Cómo es el proceso de selección del candidato: Requisitos: Titulación Universitaria, TOEFL, IELTS o equivalente, GMAT o examen de acceso de ENAE. Pasar entrevista con el director del máster.

¿Tiene bolsa de empleo?: Si

¿Tiene programa de prácticas?: Si, gestionamos más de 330 prácticas remuneradas al año, un 50% aproximado en empresas nacionales y el otro 50% en empresas extranjeras en más de 300 empresas socias:

Programa de becas y ayudas:

Programa de financiación: El programa se puede financiar sin coste durante la realización del mismo, así como ofrecemos acuerdos con entidades de crédito que ofrecen periodos de carencia de capital e intereses durante un año y de capital durante dos.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

MEDIOS MATERIALES

- Empleo de Nuevas Tecnologías:
Uso de medios técnicos: cañón, ordenador.....

La Escuela también dispone de zona Wi-fi en el 100% de sus aulas.

Todos los alumnos de ENAE y antiguos alumnos tienen a su disposición 2 salas totalmente equipadas a nivel informático.

ENAE Business School dispone de un campus virtual puesto a disposición de alumnos y profesorado para complementar los programas formativos, donde se albergan artículos de interés, trabajos, calificaciones, etc. Éste permite a los alumnos estar en contacto, tanto con los profesores, como con toda la comunidad ENAE, (compañeros del propio curso y de cualquier otro), e intercambiar experiencias, impresiones, celebrar debates y foros de discusión.

Además todas las aulas disponen de ordenador y cañón de proyección, equipo de sonido, así como conexión a internet por si fuera necesario para el desarrollo de las clases, discusión de casos, toma de notas, etc,

Igualmente, todos los alumnos pueden disponer de un correo @enaes.es, si así lo solicitan, para su uso mientras realizan sus estudios

- Laboratorios o espacios especializados:
Seminarios, Aula de Informática, Laboratorio de Idiomas...

Conscientes de la importancia que tiene el entorno en la calidad de la formación, ENAE ha cuidado desde el principio la calidad de sus instalaciones, proporcionando el marco adecuado a los participantes para que se desarrollen todos los objetivos perseguidos en estos programas. El edificio principal de ENAE está situado en la zona noroeste del Campus Universitario de Espinardo. Consta de cuatro plantas con una superficie útil aproximada de 2200 metros cuadrados disponiendo de: salas de clase, salas de trabajo en equipo, salas de informática totalmente actualizadas, sala de documentación y biblioteca, comedor y cocina, salón de actos, aula de idiomas, sala de juntas y despachos. Todo ello rodeado un entorno natural propicio para la concentración y el estudio de los participantes.

Precio del MBA: 20.400€

Horas: 1115 horas

Horario lectivo: 700

Más información: Web: www.enaes.es /Teléfono + 34 968 899 899/Fax + 34 968 884 133/E-mail info@enaes.es

INDUSTRIALES Escuela de Negocios

Nombre del MBA: MBA Internacional (Profesional / Executive)

Proveedor/Escuela: INDUSTRIALES Escuela de Negocios

Director del programa: Julián Pavón

Lugar donde se imparte: c/ José Gutiérrez Abascal, 2 28006 Madrid

Idioma en el que se imparte: Español

Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial/semipresencial

Duración en meses del programa: *octubre a julio*

Fecha de inicio del programa: 14 de octubre/16 de octubre

Metodología del programa:

Se buscará un equilibrio entre formación teórica y discusión de casos prácticos a través del trabajo en equipo, haciendo hincapié en el uso intensivo del entorno Internet, utilizando como herramienta un Campus Virtual, que será uno de los elementos diferenciales de los Programas respecto a otros impartidos en otras Escuelas de Negocios y que complementará la formación recibida en el aula.

Se intenta crear en el aula un escenario similar al desarrollado en la empresa, donde los participantes tengan que tomar decisiones individuales o en grupo, y que desarrolle sus capacidades o habilidades, complementadas con una formación teórica sólida.

Por tanto, resultará imprescindible que cada alumno disponga de acceso personal a Internet, como requisito indispensable para seguir el Programa.

Materias especializadas del programa:

Se desarrollarán las 5 grandes áreas de la empresa (estrategia, marketing, finanzas, operaciones y recursos humanos) para conocer la gestión integrada de las empresas actualmente, desarrollando posteriormente una especialización en el área internacional y cuales son los puntos más importantes para el desarrollo internacional de las empresas competitivas.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

El claustro de profesores está compuesto por Profesores de la Universidad Politécnica de Madrid y de otras Universidades de Madrid y por Profesionales de la Empresa en puestos de máximo nivel, que garantiza el equilibrio entre la formación específica en Gestión y la Aplicación Práctica de la misma a la realidad empresarial.

El profesorado de Industriales Escuela de Negocios ha sido, por lo tanto, seleccionado entre personalidades académicas y del mundo empresarial del máximo nivel por su experiencia de consultoría y profesional dentro del ámbito de la empresa.

Número de estudiantes matriculados por año: 25/25

Rango de edad de los matriculados: 27/32

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 60%/25%

Porcentaje de hombres: 50%/75%

Requisitos de acceso: Es indispensable para la realización de cualquiera de los programas Master y Cursos de Especialista tener un nivel medio de inglés, tanto escrito como hablado.

¿Se necesita experiencia laboral?: *Sí, entre 3 y 5 años para el Programa Part Time, y entre 6 y 12 años para el programa Executive*

Cómo es el proceso de selección del candidato: entrevista personal

¿Tiene bolsa de empleo?: sí

¿Tiene programa de prácticas?: sí

Programa de financiación: crédito bancario con el Santander

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Precio del MBA: 8.300 euros

Horas: 800

Horario lectivo: lunes a jueves de 18:30 a 22:00/ viernes de 16:00 a 21:30h

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

Teléfonos: 91 336 30 22 (tardes)/ 619 23 96 71

info@ienpolitecnica.es

Nombre del MBA: MBA en Nuevas Tecnologías (Profesional / Executive)

Proveedor/Escuela: INDUSTRIALES Escuela de Negocios

Director del programa: Julián Pavón

Lugar donde se imparte: c/ José Gutiérrez Abascal, 2 28006 Madrid

Idioma en el que se imparte: Español

Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial/semipresencial

Duración en meses del programa: *octubre a julio*

Fecha de inicio del programa: 14 de octubre/16 de octubre

Metodología del programa:

Se buscará un equilibrio entre formación teórica y discusión de casos prácticos a través del trabajo en equipo, haciendo hincapié en el uso intensivo del entorno Internet, utilizando como herramienta un Campus Virtual, que será uno de los elementos diferenciales de los Programas respecto a otros impartidos en otras Escuelas de Negocios y que complementará la formación recibida en el aula.

Se intenta crear en el aula un escenario similar al desarrollado en la empresa, donde los participantes tengan que tomar decisiones individuales o en grupo, y que desarrolle sus capacidades o habilidades, complementadas con una formación teórica sólida.

Por tanto, resultará imprescindible que cada alumno disponga de acceso personal a Internet, como requisito indispensable para seguir el Programa.

Materias especializadas del programa:

Se desarrollarán las 5 grandes áreas de la empresa (estrategia, marketing, finanzas, operaciones y recursos humanos) para conocer la gestión integrada de las empresas actualmente, desarrollando posteriormente una especialización en Nuevas Tecnologías y cuales son los puntos más importantes para el desarrollo en esta Nueva Economía de las empresas competitivas.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

El claustro de profesores está compuesto por Profesores de la Universidad Politécnica de Madrid y de otras Universidades de Madrid y por Profesionales de la Empresa en puestos de máximo nivel, que garantiza el equilibrio entre la formación específica en Gestión y la Aplicación Práctica de la misma a la realidad empresarial.

El profesorado de Industriales Escuela de Negocios ha sido, por lo tanto, seleccionado entre personalidades académicas y del mundo empresarial del máximo nivel por su experiencia de consultoría y profesional dentro del ámbito de la empresa.

Número de estudiantes matriculados por año: 15/15

Rango de edad de los matriculados: 27/32

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 60%/25%

Porcentaje de hombres: 50%/75%

Requisitos de acceso: Es indispensable para la realización de cualquiera de los programas Master y Cursos de Especialista tener un nivel medio de inglés, tanto escrito como hablado.

¿Se necesita experiencia laboral?: Sí, entre 3 y 5 años para el Programa Part Time, y entre 6 y 12 años para el programa Executive

Cómo es el proceso de selección del candidato: entrevista personal

¿Tiene bolsa de empleo?: sí

¿Tiene programa de prácticas?: sí

Programa de financiación: crédito bancario con el Santander

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Precio del MBA: 8.300 euros

Horas: 800

Horario lectivo: lunes a jueves de 18:30 a 22:00/ viernes de 16:00 a 21:30h

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

Teléfonos: 91 336 30 22 (tardes)/ 619 23 96 71

info@ienpolitecnica.es

e&s ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS

Nombre del MBA: International MBA (English)

Proveedor/Escuela: e&s escuela superior de negocios

Director del programa: David Bort Mondragón

Lugar donde se imparte: Castellón

Idioma en el que se imparte: inglés

Tipo de programa (presencial/online/etc.): presencial

Duración en meses del programa: 10

Fecha de inicio del programa: 18 de enero de 2010, y octubre de 2010

Metodología del programa: La principal herramienta metodológica que se utiliza para la adquisición de conocimientos es el método del caso para situar al alumno en situaciones reales con el objeto de que éste la estudie y tome decisiones. Además, se potencia el trabajo en equipo que tiene el objetivo de mejorar las técnicas de liderazgo y comunicación de los alumnos.

Materias especializadas del programa: Nuestros alumnos se formarán durante el programa sobre todo en las siguientes materias:

- Contabilidad de Gestión y Financiera
- Dirección comercial
- Habilidades directivas
- Dirección Estratégica
- Entorno económico y jurídico
- Dirección Económico-Financiera
- Dirección de operaciones
- Dirección de marketing
- Control de Gestión
- Dirección de Recursos Humanos

Además, el programa tiene un enfoque especial en el tema de la industria y comerciante.

Descripción del programa: El contenido de este programa está diseñado para facilitar al estudiante una formación práctica en la dirección y gestión de empresas. Es una respuesta innovadora a la demanda del mundo corporativo por profesionales con título MBA que pueden realizar tareas directivas bajo la presión del día a día de una empresa. En un año intensivo el alumno aprenderá las herramientas y el conocimiento necesario para tener éxito en el mundo de negocios competitivo de hoy en día.

Además, los alumnos se beneficiarán del carácter internacional del programa y de los compañeros de clase que provienen de distintos sectores y culturas.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): e&s cuenta con un profesorado de prestigio internacional procedentes de IE, ESADE e IESE.

Todos nuestros profesores conjugan la formación con el asesoramiento a las empresas, y por tanto, a través de la investigación, la formación y la consultoría, nuestros profesores están en contacto con la realidad empresarial y a la vanguardia en la creación de conocimiento.

Número de estudiantes matriculados por año: 20

Rango de edad de los matriculados: entre 25 y 35 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 80%

Porcentaje de hombres: 80%

Requisitos de acceso: título universitario, o una formación profesional de superior equivalente, experiencia laboral (aunque si son pocos meses), nivel de inglés avanzado

¿Se necesita experiencia laboral?: Sí

Cómo es el proceso de selección del candidato: Todos los candidatos tienen que realizar una entrevista personal para acreditar su experiencia y valía profesional.

¿Tiene bolsa de empleo?: Sí

¿Tiene programa de prácticas?: No

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Programa de becas y ayudas: Sí, consulte con nuestro equipo de admisión

Programa de financiación: hasta 7 años con dos años de carencia

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): e&s dispone de una biblioteca en la que se encuentran libros actuales de las materias que se imparten. Además, cuenta con zona Wifi para que los alumnos se puedan conectar a la red.

Precio del MBA: 13.000 Euros

Estancias en el extranjero: 750 Euros (por estancia)

Horas:

600 horas

Horario lectivo:

de lunes a viernes de 10.00 a 14.00hrs

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

www.escuelasuperior.com

Tel. 964 25 49 69

Fax 964 25 36 35

información@escuelasuperior.com

IE (INSTITUTO DE EMPRESA)

Nombre del MBA: International MBA

Proveedor: IE (INSTITUTO DE EMPRESA)

Lugar: Madrid

Duración: 12 meses

Precio: 49.100 euros

Idioma: Inglés o español

Más información: <http://imba-es.ie.edu/>

MBA ESPECIALIZADOS

ESIC

Nombre del MASTER: Master en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (GESCO)

Escuela: ESIC Business & Marketing School

Director del programa: José M^a Juan Jiménez

Lugar donde se imparte: Madrid / Valencia / Zaragoza / Sevilla / Navarra / Santander / Murcia / Granada / Bilbao / Málaga / Salamanca / Barcelona

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa: presencial

Duración en meses del programa: 9 meses

Fecha de inicio del programa: Enero 2010

Metodología del programa: Fundamentada sobre tres pilares: la transmisión de conocimientos teóricos, la práctica constante de dichos conocimientos y la atención personalizada a lo largo de todo el programa. Eminentemente práctico; alrededor de un 65% del peso del máster se dedica a la puesta en marcha de los conocimientos adquiridos. Las herramientas utilizadas son: trabajo en equipo, aplicación de casos, ejercicio de simulación, seminarios online, proyecto final

Materias especializadas del programa: Programa con una especial atención al conocimiento no sólo de las herramientas y estrategias de marketing, sino también a los aspectos económico-financieros, a la planificación de las actividades de marketing, a la implicación de las otras áreas de la empresa en la realización de las actividades planificadas, y a la cadena integrada de la distribución.

Descripción del programa: Nuestra larga trayectoria y la permanente innovación y revisión de los contenidos del programa nos ha permitido desarrollar un programa líder en el mercado, con simulador empresarial para aplicación de contenidos, formación on-line complementaria para el formato executive. Donde el alumno se especializará en las herramientas y estrategias de marketing desde una óptica global de la empresa y un ámbito internacional.

Tipo de claustro docente: la dirección del programa ha seleccionado un equipo docente multidisciplinar, con una formación integradora, exigencia de plena profesionalidad, desarrollo de la capacidad de reflexión e iniciativa creadora. En definitiva un equipo docente

que nos permite aunar el rigor intelectual y técnico con la práctica de la realidad empresarial.

Rango de edad de los matriculados: 29 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 14%

Porcentaje de hombres: 60%

Requisitos de acceso: haber finalizado sus estudios superiores, estar en posesión de un expediente académico satisfactorio y poseer conocimientos del inglés business.

¿Se necesita experiencia laboral?:

Existen 3 versiones, una con experiencia mínima de 1 año, otra part time con experiencia de 2/3 años y una versión de fin de semana con 5 años de experiencia mínima

Cómo es el proceso de selección del candidato: haber finalizado sus estudios superiores, estar en posesión de un expediente académico satisfactorio y poseer conocimientos del inglés business. La experiencia profesional y los conocimientos de idiomas, así como cualquier mérito, tanto profesional como personal, serán valorados por la Comisión de Admisiones.

¿Tiene bolsa de empleo?: ESIC, cuenta con el Departamento de Carreras Profesionales, el cual posee acuerdos con más de 8.000 empresas.

¿Tiene programa de prácticas?: ESIC, cuenta con un departamento de carreras profesionales que gestiona más de 8.000 acuerdos con empresas para cualquiera de sus programas excepto el EMBA puesto que se requiere experiencia previa en alta dirección.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

ACCENTURE-ACNIELSEN COMPANY -AMERICAN EXPRESS-AVON-BANCO BILBAO VIZCAYA-BANKINTER-BAT-BBVA-COCA-COLA-COGNODATA-COLGATE PALMOLIVE ESPAÑA-CORTEFIEL-DECATHLON-DELL-FIAT-FRANCE TELECOM ESPAÑA-FUNDACIÓN *SAVE THE CHILDREN*-HEINEKEN-HILTI-KELLOGG-KIABI-KIMBERLY CLARK-L'OREAL-LG ELECTRONICS-LLORENTE-LVMH-MAERSK-MASERATI WEST EUROPE-MASTERFOODS-MARS-MICHAEL PAGE-MICROSOFT-NH HOTELES-NIELSEN-NIVEA-NOKIA SPAIN-PASCUAL-PEPSICO-PFIZER-PHILIPS-PREVENCIÓN FREMAP-PRICEWATERHOUSECOOPERS-PROCTER-PUBLISEIS-REPSOL-REPSOL YPF-RODANIVO-SAMSUNG-ELECTRONICS-SANTANDER-THE WALT DISNEY COMPANY-UNIVERSAL PICTURES-VODAFONE-WOMEN'S SECRET-WPP-HECGLOBAL-YAHOO IBERIA-YVES ROCHER

Programa de becas y ayudas: Esic destina importantes ayudas a los alumnos y/o candidatos que cumplan los requisitos descritos en cada programa de becas: Programa de Becas para Estudiantes Iberoamericanos de la Fundación Carolina, Becas para alumnos Iberoamericanos, Ayudas Económicas, Becas Esic-Expiga y Fundación Tripartita.

Más información: http://www.esic.es/general_becas.asp

Programa de financiación: Esic, cuenta con ayudas económicas y condiciones preferentes de financiación que se ofrecen a los alumnos del área de postgrado

Servicios e infraestructuras de apoyo: Ponemos a su servicio una escuela dotada de las tecnologías y la comodidad necesarias para conseguir el mejor ambiente de trabajo y aprendizaje, centro documental, biblioteca, Esic Idiomas, Esic Editorial, networking, asociación de antiguos alumnos

Precio del GESCO: 14.800 €

Horas:

Horario lectivo: Opción A: Viernes de 17:00 a 22:00 y Sábados de 9:00 a 14:00 h. Opción B: de Lunes a Jueves de 9.30 a 14.30 y a partir de abril de 19.00 a 22.00 horas Opción C: Lunes a Jueves de 19:00 h. a 22:00 h.

Más información:

Web: <http://www.esic.es/master.asp?ldP=38&n=GESCO&sec=0>

Teléfono: 914524141

Fax: 91 3528534

E-mail: admisiones@esic.es

IDEC-Universitat Pompeu Fabra

Nombre del Máster: Máster en Liderazgo y Gestión de la Ciencia y la Innovación

Proveedor/Escuela: IDEC-Universitat Pompeu Fabra

Director del programa: Josep Eladi-Baños y Joan Bigorra

Lugar donde se imparte: IDEC-Universitat Pompeu Fabra

Idioma en el que se imparte: Castellano o inglés, según el idioma preferente de los ponentes invitados

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial

Duración en meses del programa: 11 meses

Fecha de inicio del programa: 22/01/2010

Metodología del programa: Combina actividades presenciales y no presenciales. Entre las primeras se incluye conferencias, trabajos en grupo para la resolución de casos, exposiciones orales de ejercicios y debate de artículos recomendados previamente. Se contemplan además diversas visitas a centros de investigación e innovación. Las actividades no presenciales comprenden lecturas recomendadas, resolución de problemas, redacción de textos y resolución de cuestionarios de autoevaluación.

Materias especializadas del programa:

- Introducción a la política científica y tecnológica. Situación actual en la UE, en España y en otros entornos geográficos.
- La financiación de la I+D&I en los entornos español y europeo. Confrontación entre la teoría y la realidad.
- Características principales de los sectores intensivos en I+D&I.
- Liderazgo y gestión de la I+D&I en las instituciones públicas.
- Liderazgo y gestión de I+D&I empresarial.
- Cultura, sociedad y ciencia: retos sociales y éticos de la I+D&I. Buenas prácticas.
- Creación de empresas centradas en el desarrollo de oportunidades tecnológicas.
- Liderazgo y gestión de recursos humanos en el entorno I+D&I.

Descripción del programa:

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Profesores

Número de estudiantes matriculados por año: 22

Rango de edad de los matriculados: 35-45

Porcentaje de estudiantes extranjeros:

Porcentaje de hombres: 45% hombres, 55% mujeres

Requisitos de acceso:

- Titulados universitarios en el ámbito de las ciencias de la salud, de las ciencias en general o de la gestión empresarial.
- Se requiere un buen conocimiento del inglés a nivel de lectura y comprensión

¿Se necesita experiencia laboral?: *Sí*. Es necesaria la experiencia en el sector de la ciencia

Cómo es el proceso de selección del candidato:

El IDEC y la dirección académica del programa seleccionarán los candidatos con una entrevista personal o curricular

¿Tiene bolsa de empleo?: No

¿Tiene programa de prácticas?: Cabe la posibilidad de realizar prácticas profesionales pero no están garantizadas

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

Ofrece la posibilidad de realizar prácticas profesionales en la *Fundació Catalana per la Recerca i la Innovació* (FCRI)

Programa de becas y ayudas:

Gracias al patrocinio de la Obra Social Caixa Catalunya, existe un número limitado de bonificaciones que cubren parcialmente el importe de la matrícula del programa. Para poder

optar a ellas debemos recibir su solicitud de admisión, acompañada de una carta que exponga brevemente las razones de la solicitud y un currículum profesional.

Programa de financiación:

El IDEC-Universitat Pompeu Fabra ha establecido acuerdos con Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Caixa Catalunya, "la Caixa" y SabadellAtlántico para la concesión de préstamos por el importe de la matrícula.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Centro de documentación, salas de estudio

Precio del Máster: 16.540 €

Horas: 750 Horas

Horario lectivo:

Semanas alternas.

Viernes de 9.00 a 20.00 horas con almuerzo de trabajo y descanso con café.

Sábado de 8.30 a 14.00 horas con descanso con café.

Más información:

IDEC-Universitat Pompeu Fabra,

Balmes 132-134,

08008 - Barcelona

T: 93 542 18 50

F: 93 542 18 05

E: info@idec.upf.edu

ISDE

Nombre del MBA: MBA Jurídico

Proveedor/Escuela: ISDE (Instituto Superior de Derecho y Economía)

Director del programa: D. Miguel Ángel Pérez de la Manga

Lugar donde se imparte: Madrid, Barcelona y A distancia

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial y on-line

Duración en meses del programa: *Seis meses de duración*

Fecha de inicio del programa: Enero 2010

Metodología del programa:

El método ISDE permite trasladar al alumno un aprendizaje dinámico y práctico. En cada clase se facilitan unos materiales técnicos -temas de estudio- actualizados y depurados.

A cada tema le acompañan una serie de reflexiones lanzadas por el profesor, que sirven de guía.

Estamos ante un aprendizaje tremendamente productivo, ya que el alumno trabaja con detalle los supuestos de hecho posibles, adaptándolos a la realidad de su propio despacho.

Cada profesor aplicará un método de evaluación, o bien constituido por un test, en el que se profundiza sobre los principales puntos de la clase y las conclusiones destacadas por el profesor, o bien a través de la evaluación de la participación en clase de cada alumno.

Al finalizar el Master, tendrá lugar la ceremonia de entrega de los títulos a los alumnos que han conseguido superar el programa.

Materias especializadas del programa:

DIRECCIÓN GENERAL Y ESTRATEGIA

Descripción del programa:

Los despachos y sus profesionales se enfrentan a un escenario cada vez más competitivo y globalizado, que les exige actualizar sus conocimientos sobre gestión profesional. Este programa de postgrado ha sido diseñado con el objetivo de ayudar a los profesionales a adaptarse a estas nuevas exigencias, completando su formación de modo que puedan dar un importante paso en sus carreras profesionales al permitir acceder a la dirección y gestión integral de una firma. El MBA Jurídico se propone transmitir las técnicas y los conceptos en gestión profesional de despachos y profundizar en herramientas como el marketing, la gestión, la contabilidad y los recursos humanos; ofrecer una metodología de trabajo que capacite para afrontar nuevas situaciones y nuevos retos e impulsar el desarrollo profesional de sus participantes no sólo en el terreno de Dirección y Gestión sino también estimular el desarrollo de las competencias y habilidades directivas.

- **Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):**
Catedráticos, Registradores, Abogados del Estado, Notarios, Magistrados, Abogados y Economistas, Diplomáticos, miembros de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación Española.
El claustro docente está formado por grandes profesionales con una extensa trayectoria docente.

Número de estudiantes matriculados por año: 30 estudiantes por Edición

Rango de edad de los matriculados: -

Porcentaje de estudiantes extranjeros: -

Porcentaje de hombres: -

Requisitos de acceso:

¿Se necesita experiencia laboral?: No es necesaria experiencia laboral.

Cómo es el proceso de selección del candidato:

Las personas interesadas en estudiar el programa Master deberán superar el proceso de admisión consistente en:

- Presentación del curriculum vitae
- Certificados académicos: Titulación y calificaciones
- Entrevista personal con:
 - a. Responsable de Selección de alumnos
 - b. Responsable de Admisiones
 - c. Dirección del ISDE
- Pruebas de selección (test de motivación, test psicotécnico, prueba de razonamiento jurídico y prueba de nivel de inglés)
- Presentación de una carta de motivación
- Presentación de dos cartas de recomendación de profesores de la carrera y/o tutor para el caso en que hubiera realizado ejercicio o prácticas profesionales en una firma o despacho.

¿Tiene bolsa de empleo?:

Para facilitar a alumnos y antiguos alumnos su incorporación al mundo laboral, el ISDE ofrece (a sus propios alumnos y a los bufetes de abogados y empresas colaboradoras) un servicio totalmente gratuito de bolsa de trabajo.

Este servicio tiene un gran éxito y ha permitido a lo largo de estos años que los alumnos tengan una rápida integración en el mundo profesional ya que las empresas y bufetes pueden así seleccionar profesionales conociendo la formación previa recibida por los mismos.

¿Tiene programa de prácticas?:

El Programa se estructura en dos fases con la intención de otorgar a sus alumnos los conocimientos necesarios para afrontar los nuevos retos de la abogacía e introducirles en la práctica profesional.

En la primera fase, el alumno asiste a clases en nuestra sede académica por las mañanas, recibiendo una formación intensiva y eminentemente práctica en todas las áreas del Derecho.

En la segunda fase, el alumno se integra plenamente en una Firma colaboradora de ISDE durante un semestre, tutelado por un socio de la misma. El periodo de prácticas se asemeja a un mentorado en el sentido de que el Socio-tutor integra al alumno en su propia actividad profesional diaria. Esta integración total en la firma motiva que los índices de colocación de nuestros alumnos rocen el 95%, ya que en la mayoría de los casos, el alumno es contratado por la firma en la que realizó el periodo de prácticas.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: ver Anexo 1

Programa de becas y ayudas:

Fondo de becas parciales a disposición de nuestros alumnos otorgadas por la publicación Economist & Jurist, en base a criterios de meritocracia y necesidad.

Programa de financiación:

ISDE proporciona a sus alumnos dos vías de financiación:

INTERNA: Permite el fraccionamiento del pago en tres plazos.

EXTERNA: Aquellas personas interesadas en recibir más información sobre posibilidades de Financiación externa, deberán dirigirse al Departamento de Contabilidad del ISDE.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

• **Empleo de Nuevas Tecnologías:**

Bases de Datos del Grupo Difusión con acceso a más de 11 millones de documentos jurídicos (sentencias comentadas, jurisprudencia, formularios...). Los alumnos disponen de sala de ordenadores y conexión Wifi en todas las aulas y Biblioteca.

• **Laboratorios o espacios especializados:**

- Laboratorios de Idiomas
- Actividades Deportivas
- Visitas a los principales Despachos, Tribunal Constitucional, Tribunal Supremo
- Sesiones teórico-prácticas en las sedes de las propias firmas de abogados
- Clases Magistrales impartidas por ponentes de reconocida reputación y prestigio
- Asistencia a Jornadas, Ponencias monográficas, Conferencias y Seminarios
- Representación de nuestros alumnos en MOOT Universia.

Precio del MBA: 8.000 Euros

INSA Business, Marketing & Communication School

Nombre del MBA: MBA en Pequeña y Mediana Empresa

Proveedor/Escuela: INSA Business, Marketing & Communication School

Director del programa: David Molina

Lugar donde se imparte: Barcelona

Idioma en el que se imparte: Español

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial

Duración en meses del programa: *10 meses*
Fecha de inicio del programa: 27 de octubre de 2000
Metodología del programa: Práctica y dinámica
Materias especializadas del programa:
Descripción del programa:
Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Profesionales y visitantes
Número de estudiantes matriculados por año: 25
Rango de edad de los matriculados: 25-35
Porcentaje de estudiantes extranjeros: 60%
Porcentaje de hombres: 60%
Requisitos de acceso: Entrega de documentación
¿Se necesita experiencia laboral?: *NO*
Cómo es el proceso de selección del candidato: Proceso individualizado
¿Tiene bolsa de empleo?: Si
¿Tiene programa de prácticas?: Si
Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:
Programa de becas y ayudas: No
Programa de financiación: Si
Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Biblioteca, Sala ordenadores, revistas especializadas, tutorías.
Precio del MBA: 3900
Horas: 320
Horario lectivo: Martes a jueves de 19:00 a 22:00 ó el viernes de 18:00 a 21:00 y sábados de 9:00 a 14:00
Más información: www.insaweb.net 93 280 66 96 majaset@insaweb.net

SANTILLANA FORMACIÓN

Nombre del MBA: MBA en Empresas e Instituciones Culturales
Proveedor/Escuela: Santillana Formación
Directores del programa:
Jorge Díez Azcón. Gestor cultural y comisario independiente. Dirige el programa internacional de arte público Madrid Abierto. Ha sido director general de Promoción Cultural de Castilla - La Mancha, jefe del Servicio de Cultura del Injuve y asesor de los ministros Jordi Solé Tura y Carmen Alborch.
Ángel Badillo. Profesor Titular del Departamento de Sociología y Comunicación de la Universidad de Salamanca. Anteriormente profesor de Syracuse University y especialista en la investigación de industrias culturales.
Lugar donde se imparte: Centro Español de Nuevas Profesiones, C/ Joaquín María López, 60-62. Madrid.
Idioma en el que se imparte: español
Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial
Duración en meses del programa: Un año académico
Fecha de inicio del programa: 23 de octubre
Metodología del programa: Clases con profesionales del sector
Materias especializadas del programa: Gestión Cultural, nuevos modelos de financiación y gestión del sector cultural, desarrollar proyectos culturales de forma integral
Descripción del programa:
Integrando teoría y práctica, el MBA forma profesionales capaces de desarrollar proyectos culturales de forma integral; gestores que combinen una visión global y el dominio de las herramientas de gestión, propias de la actividad empresarial, con un conocimiento riguroso de los sectores culturales.
Junto con tus tutores y tus compañeros diseñaréis vuestro propio proyecto final de máster que defenderéis de forma pública ante un tribunal constituido por profesores del máster y profesionales del sector. El objetivo del proyecto será que conozcas las tareas de un experto gestor y estés preparado para crear y dirigir, además de concebir económica y comercialmente, un proyecto cultural.
Número de estudiantes matriculados por año: 35 alumnos
Rango de edad de los matriculados: Entre los 25-30 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 20%

Porcentaje de hombres: 24%

Requisitos de acceso: Los candidatos deberán ser titulados universitarios, preferentemente con experiencia en el sector, o titulados sin experiencia. Excepcionalmente se admitirán alumnos no titulados, que a criterio de la dirección académica estén capacitados para realizar el máster sino un certificado de asistencia y aprovechamiento del mismo.

¿Se necesita experiencia laboral?: Se recomienda una experiencia laboral previa.

Cómo es el proceso de selección del candidato: Los candidatos enviarán, junto a su currículum, una breve nota explicando los objetivos que desean conseguir cursando el máster. La selección final se hará mediante entrevista personal con los directores del programa.

¿Tiene bolsa de empleo?: Sí

¿Tiene programa de prácticas?: Sí

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Empresas e instituciones que colaboran en prácticas:

Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España, Arteleku, Artistas Visuales Asociados de Madrid (AVAM), Asociación Diseñadores de Madrid (DIMAD), Bienal de Sevilla, Centro Cultural Conde Duque, Centro de Arte y Naturaleza (Fundación Beulas), Cimec Millward Brown, Circulo de Bellas Artes, Escuela Cultural de Caja Cantabria, Festival de Teatro "Clásicos en Alcalá", Fundación Atman, Fundación Autor, Fundación Canal, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, Hablar en Arte, Instituto Italiano de Cultura, Intermediae, Jesús Moreno & Asociados, La Fábrica, La Noche en Blanco, Madrid Abierto, Matadero Madrid, Medialab, Museo de Cerámica González Martí, Museo Thyssen- Bornemisza, Museo Würth (La Rioja), Prado Difusión, Proyecto Arte Galería, Proyecto Ñaque, Random House Mondadori, Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales (SECC), Sociedad Estatal para la Acción Cultural en el Exterior (SEACEX), Teatro de La Abadía, Teatro Español, Universidad Internacional Menéndez Pelayo e Ypuntoending, Empresa de Música.

Programa de becas y ayudas: Becas de la Fundación Carolina

Programa de financiación: Se puede financiar el pago del Máster en mensualidades

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Precio del MBA: 7.450 €

Horas: 500 horas

Horario lectivo: los viernes de 16:00 a 21:00 horas y los sábados de 09:00 a 14:00 horas.

Más información:

- o www.santillanaformacion.com
- o 902 215 513 - Fax 91 744 93 02
- o master@santillana.es

EUDE - ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

Nombre del MBA: MBA CON ESPECIALIZACIÓN EN RECURSOS HUMANOS

Proveedor/Escuela: EUDE - ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

Director del programa: DON OSCAR ZAPERO

Lugar donde se imparte: C. LA MASÓ

Idioma en el que se imparte: CASTELLANO

Tipo de programa (presencial/online/etc.): A DISTANCIA Y PRESENCIAL

Duración en meses del programa: 12 MESES

Fecha de inicio del programa: OCTUBRE 09

Metodología del programa: METODO DEL CASO

Materias especializadas del programa: HABILIDADES DIRECTIVAS, GESTIÓN, PLANIFICACIÓN, SELECCIÓN, FORMACIÓN, LABORAL...

Descripción del programa: Con el Programa Master MBA y a través de una formación práctica y participativa, obtendrás la capacitación, habilidades y técnicas de gestión necesarias que debe saber manejar un ejecutivo de Empresa para afrontar el reto empresarial con un futuro innovador a través del conocimiento de una de las dos áreas clave de la empresa: las personas y / o las ventas.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Doctores, catedráticos, directivos de empresa

Número de estudiantes matriculados por año: 25

Rango de edad de los matriculados: 25 y 40

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 15%

Porcentaje de hombres: 55%
Requisitos de acceso: Licenciados o Ingenieros
¿Se necesita experiencia laboral?: *Mínima de dos años*
Cómo es el proceso de selección del candidato: Entrevista con el director académico.
¿Tiene bolsa de empleo?: Si
¿Tiene programa de prácticas?: Si
Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Más de 400 empresas. EUDE cuenta con un departamento muy consolidado de carreras profesionales, trabajando con firmas como: Microsoft, Endesa, BBVA, Telefónica...
Programa de becas y ayudas: Si. Se ha firmado el acuerdo marco con FUNESPEM (Fundación Española para Posgrado y Empleo) por el que se otorga hasta el 75% del precio de la matrícula.
Programa de financiación: Si. Programa financiado en 12 meses sin intereses.
Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Biblioteca, sala de estudio, piscina, salas externas de relax.
Precio del MBA: 7500
Horas: 800
Horario lectivo: Entre semana o fines de semana.
Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail www.eude.es - 915931545 - 914462315 - info@eude.es

EADA

Nombre del MBA: Máster Ejecutivo en Dirección de Recursos Humanos*
Proveedor/Escuela: EADA
Lugar donde se imparte: Barcelona
Idioma en el que se imparte: Español
Tipo de programa
(presencial/online/etc.): Presencial - Part Time
Duración en meses del programa: 1 año
Fecha de inicio del programa: 05-11-09
Metodología del programa: "Learning by doing" Ésta es nuestra filosofía ya que únicamente la experiencia vivida te permitirá enfrentarte a tus propias limitaciones y superarlas.

Gracias a esta metodología experimentarás decisiones y situaciones reales, en un entorno simulado, que después podrás aplicar a lo largo de tu carrera profesional.

Las empresas exigen profesionales capaces de reflexionar y actuar ante el cambio, de trabajar en equipos multifuncionales y multiculturales, de desenvolverse en un entorno cambiante y altamente competitivo; en definitiva, profesionales capaces de adaptarse a los retos que plantean la diversidad y la globalización.

En EADA te ofrecemos un modelo pedagógico que desarrolla en paralelo tus conocimientos, tus competencias profesionales y tus capacidades personales. En todos nuestros programas desarrollamos diferentes metodologías que te impulsarán en el logro de tus objetivos.

Materias especializadas del programa:

- Estrategia
- Control de gestión para directivos y cuadro de mando integral.
- Sistemas de información.
- Marketing para profesionales de Recursos Humanos.
- Cultura organizacional y dirección del cambio.
- La gestión por competencias.
- Gestión de la movilidad.
- Comunicación organizativa.
- Gestión del rendimiento.
- Política de compensación.
- Gestión del aprendizaje y desarrollo.

- Organización saludable.
- Relaciones laborales y negociación estratégica.
- Desarrollo de competencias del Director de Recursos Humanos.
- Proyecto final.////

Descripción del programa: Máster Ejecutivo en Dirección de Recursos Humanos* desarrolla el perfil moderno de los líderes de Recursos Humanos y plantea las claves de éxito para los sistemas de dirección y desarrollo de personas en las organizaciones.

Requisitos de acceso:

Los participantes del Master en Dirección de Recursos Humanos son profesionales con experiencia global en la gestión de Recursos Humanos o con responsabilidades en áreas específicas de la misma: selección, formación, comunicación, relaciones laborales, etc.

También se orienta a aquellos titulados superiores con un mínimo de 5 años de experiencia que les sea preciso adquirir conocimientos y destrezas en procesos de consultoría de organizaciones y recursos humanos.

El Master en Dirección de Recursos Humanos se dirige además a los profesionales o gerentes, que desde su situación directiva deban impulsar y desarrollar esta función en su organización, facilitando la coherencia entre la dirección estratégica de la empresa y la dirección de las personas en su organización.

No es requisito imprescindible ser titulado superior, si se acredita una dilatada experiencia directiva o empresarial.

¿Tiene bolsa de empleo?: El servicio de Carreras Profesionales es el enlace entre las empresas y los profesionales que formamos en EADA. Ofrecemos el servicio de reclutamiento y preselección de candidatos para cualquiera de las áreas funcionales y nivel jerárquico de su organización.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: En EADA hemos creado unos vínculos privilegiados de proximidad e intercambio con aquellas organizaciones que, por sus características y avanzado nivel de desarrollo, estén interesadas en tener un partner en formación que les informe y les ayude en la planificación de sus planes de formación con interesantes ventajas económicas.

A su vez, las empresas que integran este colectivo tienen acceso a todas las fuentes de investigación y perfeccionamiento que EADA desarrolla en el campo docente empresarial.

Programa de becas y ayudas: En aras de facilitar el acceso a la formación a personas que destacan por su preparación, capacidad profesional y motivación, la Fundación Privada Universitaria EADA en conjunto con otras organizaciones internacionales y empresas asociadas, ha creado una serie de becas orientadas a contribuir con el perfeccionamiento del potencial humano.

Horario lectivo: Martes y Jueves 18:30h A 21:30h

Más información: LINK A CUPÓN DE CURSO:

<http://www.mastermas.com/MfoCanal/Index.asp?Curso=239974>

ITE CAIXA GALICIA

NOMBRE DEL MBA: PROGRAM FOR MANAGEMENT DEVELOPMENT - PMD ®

Proveedor/Escuela: ITE Caixa Galicia y ESADE

Director del programa: Joan Roig Aldasoro y María Camino Agra

Lugar donde se imparte: La Coruña

Idioma en el que se imparte: Castellano

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Presencial

Duración en meses del programa: 6 meses

Fecha de inicio del programa: Febrero 2010

Metodología del programa: Uno de los elementos clave de este modelo de aprendizaje es la aportación que hacen los propios participantes, que a través del intercambio de experiencias enriquecen el conocimiento que se adquiere dentro y fuera del aula. Incluye talleres, role playing y trabajo en equipo, entre otros.

Materias especializadas del programa: *La Transición a la dirección General*

Descripción del programa:

Fase I. General management y estrategia de negocio.

Fase II. Integrandos las funciones.

Fase III. Dirección de personas y desarrollo personal.

Fase IV. Gestión del cambio y aplicación de la estrategia.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): El claustro está formado por profesores titulares de ESADE.

Número de estudiantes matriculados por año: 20

Rango de edad de los matriculados: 35-45

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 5%

Porcentaje de hombres: 75%

Requisitos de acceso // ¿Se necesita experiencia laboral?: El programa está dirigido a profesionales con alto potencial que desempeñan funciones directivas de nivel medio en áreas funcionales de la organización. También pueden ser directivos en posiciones gerenciales de compañías pequeñas o medianas, así como emprendedores o propietarios de empresas con potencial de crecimiento.

Cómo es el proceso de selección del candidato: Las personas interesadas en efectuar la inscripción deberán mantener una entrevista personal. Esta entrevista permite un diálogo personalizado sobre expectativas mutuas, para asegurar no solo una máxima satisfacción de las necesidades de formación individuales, sino también conseguir la máxima homogeneidad en el nivel de conocimientos y en la experiencia profesional de los participantes.

¿Tiene bolsa de empleo?/¿Tiene programa de prácticas?/ Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: No aplicable.

Programa de financiación: Caixa Galicia ha creado una línea de productos de financiación con condiciones altamente ventajosas, destinada a los alumnos que cursen los programas de postgrado ITE Caixa Galicia.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Los alumnos del PMD ® cuentan con la completa infraestructura de la sede principal de ITE en La Coruña.

Precio del MBA: 19.500 €

Horas: 192 horas / **Horario lectivo:** Pendiente de definir para 2010.

Más información: www.itecaixagalicia.com / 981 185 035 / 981 99 08 51 / Info@itecaixagalicia.com

MBA EN EL EXTRANJERO

CHICAGO BOOTH (ESPAÑOL)

Nombre del MBA: Masters of Business Administration

Escuela: University of Chicago Booth School of Business

Director del programa: William Kooser

Lugar: London, Chicago, Singapore

Idioma: Inglés

Tipo de programa: Executive - a tiempo parcial

Duración: 21 meses

Fecha de inicio: Junio

Metodología del programa:

El Executive MBA es un programa general de Management que construye habilidades directivas basadas en una fuerte fundación de fundamentos de negocios. Durante los 21 meses de programa, los estudiantes toman junto con los demás compañeros, 15 de las 17 materias. Cada estudiante entonces elige dos optativas para completar el plan de estudios. Juntos con grupos de estudio, este formato potencia que los estudiantes construyan una camaradería y compartan experiencias - un valioso componente del proceso de aprendizaje. Aumentando nuestro horario del programa general de gestión, el Executive MBA también ofrece concentraciones. Los estudiantes optan tomar una concentración que focaliza más específicamente un área clave del negocio: finanzas, marketing o estrategia.

El programa acentúa el trabajo de equipo y aprovecha la experiencia de cada participante aporta al grupo. Grupos de estudio de entre cinco y seis personas de diferentes ámbitos profesionales y culturales se encuentran durante la semana de impartición de clases y después continúan a través de e-mail para colaborar en materiales de revisión y preparar las siguientes clases. Durante las sesiones semanales, los participantes pasan aproximadamente entre 10 y 15 horas por semana con materias y lecturas relacionadas con el curso y guardando contacto con el profesorado y colegas a través del correo electrónico.

Materias especializadas del programa: Plan de estudios de gestión general con la opción de concentración en Finanzas, Marketing o Estrategia.

Corta descripción del programa:

La experiencia Chicago lleva a lo más profundo de una cuestión, ensanchará la perspectiva del estudiante forzándolo a preguntarse. En vez de aceptar el status quo, el estudiante perseguirá el mejor pensamiento. El estudiante desarrollará las habilidades para tomar con éxito cualquier reto de negocios y oportunidades que generan. La experiencia Chicago dará al estudiante la confianza para actuar en situaciones donde no hay pasos a seguir, lo que distingue a un líder.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): Profesionales de los negocios con una media de experiencia laboral de 12 años. **Número de matriculados por año:** 289

Media de los estudiantes matriculados: 28-52, la media de edad es 36

Porcentaje de estudiantes internacionales: 56 nacionalidades diferentes y 47 países de residencia

Porcentaje de hombres: 79% (21% mujeres)

Requisitos de acceso:

- Formulario de inscripción y ensayos
- Tres cartas de recomendación
- CV
- Transcripciones oficiales de todas las universidades y escuelas
- Entrevistas
- Gastos de inscripción: 100 dólares (no retornables)
- Dos fotografías de carnet
- Disponibilidad para viajar a Chicago, Londres y Singapur
- Carta de apoyo de la empresa (Después de la admisión, se pide a la empresa que certifique con una carta que la empresa permite al inscrito asistir a las clases. Esta carta también debe incluir los detalles del apoyo económico, aunque ésta no es un requisito para el programa).

Aunque el GMAT y el TOEFL no son requisitos de admisión del programa, el comité de admisiones puede pedir a los aspirantes de pasar uno o ambos exámenes. Todas las inscripciones se evalúan de manera individual.

¿Se necesita experiencia laboral? Si, los estudiantes tienen, de media, 12 años de experiencia.

Cómo es el proceso de selección del candidato: Las inscripciones para 2010 están disponibles online en ChicagoBooth.edu/apply. Recomendamos realizar la inscripción lo antes posible. El Executive MBA está diseñado para profesionales en activo. Con motivo de aprovechar al máximo de su formación, se espera que los estudiantes se dediquen a tiempo completo durante su participación en el programa.

Programa de prácticas: No

¿Tiene bolsa de empleo? Tenemos profesionales a tiempo completo en cada campus que proveen un gran abanico de servicios a los estudiantes y exalumnos.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Trabajamos para varias empresas en términos de prácticas y puestos de trabajo. Para obtener una lista completa, contáctenos.

Becas: No

Programa de financiación: No

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.): Cada uno de los campus maximizan el aprendizaje y la interacción.

Precio del MBA: La matrícula para el programa Executive MBA Program Europe es de 69.000 libras esterlinas para la clase de 2009. La matrícula para el programa de 2010 probablemente aumentará y se anunciará en la primavera de 2010. La matrícula y los honorarios incluyen la matrícula de curso, materiales de curso, tiempo de tutoría (sesiones de revisión, sesiones individuales con los asistentes de los profesores), comidas diarias, algunas actividades estudiantiles, alojamiento en el hotel durante las tres semanas de sesiones conjuntas residenciales en Norteamérica y Asia.

El transporte a todos los lugares y alojamiento durante los módulos en Londres no se incluyen. El programa asiste a los estudiantes que viajan diariamente al lugar de trabajo reduciendo los gastos de alojamiento durante los módulos de clases negociando precios especiales con hoteles convenientes al campus.

Más información

www.chicagobooth.edu/execmba

+442070702200

Email: Europe.Inquiries@chicagobooth.edu

CHICAGO BOOTH (ENGLISH)

Name of MBA: Masters of Business Administration

School: University of Chicago Booth School of Business

The Director of the Program: William Kooser

Place of the program: London, Chicago, Singapore

Language of the program: English

What kind of program is it? (full time/part time/online/ presencial) Executive - part time

How many months is the program? 21 months

When the program starts? One intake every year in June

Methodology of the program: The Executive MBA Program is a general management program that builds managerial skills on a strong foundation of business fundamentals. During the 21-month program, students will take 15 of the 17 courses together with their colleagues. Each student then selects two electives to complete the course of study. Together with group assignments and study groups, this format encourages students to build camaraderie and share experiences - a valuable component of the learning process.

Augmenting our time-honoured general management program, the Executive MBA Program also offers concentrations. Students opting to take a concentration can focus more specifically on a key area of business—finance, marketing, or strategy.

The program emphasizes teamwork and takes advantage of the experience each participant brings to the group. Study groups of five to six people from different professional and cultural backgrounds meet during the teaching week and then collaborate electronically at other times to complete assignments, review class materials, and prepare for upcoming courses. Between session weeks, participants typically spend approximately ten to

fifteen hours per week on course-related readings and assignments and keeping in contact with faculty and colleagues electronically.

Specializing Matters of the program: General Management curriculum with the option of a concentration in Finance, Marketing, or Strategy

Short description of the program:

Type of educational cloister (visitors, university students...): Business professionals with average work experience of 12 years

Number of students registered per year: 289

Range of age of the matriculated students: 28-52, average age is 36

Percentage of foreign students: 56 different nationalities and 47 countries of residence

Percentage of men: 79%

Requirements of access: 21%

Do you require previous experience in job market? Yes. Students have, on average, 12 years work experience

How is the process of selection of the candidate? Applications for 2010 are available online at ChicagoBooth.edu/apply. Admission decisions are made on a rolling basis. Therefore, we recommend submitting your application as early as possible. The Executive MBA Program is designed for working professionals. In order to fully benefit from this educational experience, students are expected to be employed full time while participating in the program.

Application requirements:

- Application form and essays
- Three letters of recommendation
- CV
- Official transcripts from all universities and colleges attended
- Interview
- \$100USD nonrefundable application fee
- Two passport-size photos
- Ability to travel to Chicago, London and Singapore
- Company Support letter (After admittance, your employer is required to certify with a letter that the company will allow you to attend all class sessions. The letter also may include details of financial support, although financial support is not a requirement of the program.)

Although GMAT and TOEFL are not admission requirements of the program, applicants may be asked to take one or both of these examinations by the admissions committee. All applications are considered on an individual basis.

Do you have a training program? N/A

Do you have an employment agency? We have full time career professionals at each of campuses that provide a full range of services for students and alumni

Companies partners for trainings and jobs: We several companies that we work with in terms of training and jobs. For a full list please contact us.

Scholarships programs: N/A

Loan program: N/A

Services and infrastructures of support (library, computers...) Each of our campuses include state of the art learning facilities that maximize learning and interaction.

Price of MBA: Tuition and fees for the Executive MBA Program Europe were £69,000 for the class enrolling in 2009. Tuition for the 2010 program is likely to increase and will be announced in spring 2010. Tuition and fees include course tuition, course materials (including shipping), tutoring time (review sessions, one-on-one time with the teaching assistants), daily meals, some student activities, and hotel lodging for the three weeks of joint residential sessions in North America and Asia. Transportation to all locations plus lodging

during all London modules are not included. The program assists commuting students in reducing accommodation costs during regular class modules by negotiating special rates with hotels convenient to the campus.

Hours:

School schedule:

More information: Web/Tel/Fax/E-mail www.chicagobooth.edu/execmba

+442070702200

Email: Europe.Inquiries@chicagobooth.edu

SDA BOCCONI SCHOOL OF MANAGEMENT (ESPAÑOL)

Nombre del MBA: MBA full-time

Proveedor/Escuela: SDA Bocconi School of Management

Director del programa: Valter Lazzari

Lugar donde se imparte: Milán, Italia

Idioma en el que se imparte: Inglés

Tipo de programa (presencial/online/etc.): full time

Duración en meses del programa: 12

Fecha de inicio del programa: Octubre

Metodología del programa: El programa promueve la diversidad y el trabajo de equipo en la clase usando la teoría y práctica de enseñar la dirección. El plan de estudios agrega el conocimiento de la gestión mundial y el programa se focaliza en cada estudiante como individuo. Hay una mezcla entre conferencias, proyectos de grupo, estudios de casos e invitados especiales.

Materias especializadas del programa: Se ofrecen especialidades en Marketing e Innovación, en Finanzas corporativas e inversiones y Estrategia e Internacionalización.

Descripción del programa: La primera fase del programa está dedicado al estudio profundo de las bases de la dirección de empresas: información, arquitectura de la empresa, operaciones, finanzas y competitividad. La segunda fase está dedicada a adquirir un espectro de habilidades de gestión: incluyendo la toma de decisiones, gestión de proyectos, planificación de actividades, mando, liderazgo. En la tercera fase está dedicada al estudio de la acción y la aplicación al campo de lo que los estudiantes que han aprendido en clase: los estudiantes pueden incluso desarrollar un proyecto de investigación o un proyector emprendedor o hacer prácticas en una empresa. En la cuarta fase, los estudiantes pueden personalizar su desarrollo siguiendo las opciones Marketing e Innovación, en Finanzas corporativas e inversiones y Estrategia e Internacionalización.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): La mayoría de los profesores italianos y el profesorado internacional de la SDA Bocconi están a tiempo completo. Hay numerosos profesores visitantes extranjeros y algunas lecciones de profesionales de la industria y el negocio. There are also numerous visiting professors from abroad and some lessons from people from the business and industry community.

Número de estudiantes matriculados por año: 100-110

Rango de edad de los matriculados: la media de edad es 29

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 60%

Porcentaje de hombres: 70%

Requisitos de acceso: Graduado, inglés fluido, alta puntuación GMAT, 2-3 años de experiencia laboral.

¿Se necesita experiencia laboral?: Se solicitan al menos 2-3 años de experiencia profesional

Cómo es el proceso de selección del candidato: Los candidatos son los primeramente son seleccionados previamente por sus certificaciones, su curriculum y cartas de referencia. Una vez seleccionados los candidatos, el personal de admisiones realiza entrevistas con ellos.

¿Tiene bolsa de empleo?: El Career Development Service está dedicado a ayudar a los estudiantes de MBA a entender el mercado de trabajo y desarrollar enlaces con las comunidades de negocio y sus reclutadores. Entre estas iniciativas se incluyen días en empresas, eventos de reclutamiento en el campus, consejos individuales y servicios de coaching.

¿Tiene programa de prácticas?: Cerca del 75% de estudiantes siguen un programa de prácticas durante el programa en empresas en Italia y alrededor del mundo en diversos sectores como: banca, finanzas, consultoría, servicios de lujo y salud.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo: Las cinco primeras empresas que reclutan son: Johnson&Johnson, Boston Consulting Group, Booz & Co., Bain & Company, Infosys Technologies. Hay un total de cerca de 100 empresas que ofrecen prácticas y puestos de trabajo a los estudiantes de MBA.

Programa de becas y ayudas:

SDA Bocconi ofrece un total de 4 becas Total Tuition Waiver y 16 Partial Tuition Waiver (entre 70-80%) para su programa de MBA. Las 4 becas Total Tuition Waiver incluyen una específica reservada para una mujer candidata.

Las 16 becas Partial Tuition Waiver incluyen 2 reservas para candidatos de China, 2 de India y 2 para mujeres.

Programa de financiación: Los estudiantes pueden inscribirse para un préstamo. La concesión de préstamo puede ser sujeta a una evaluación por los diversos bancos con los que Bocconi tiene acuerdos. Los estudiantes pueden solicitar un préstamo cada año de hasta el 80% del programa.

Precio del MBA: 39.500 euros

Más información:

www.sdabocconi.it/mba

md@sdabocconi.it

tel. +39-02-5836-3125

SDA BOCCONI SCHOOL OF MANAGEMENT (ENGLISH)

Name of MBA: MBA full-time

School: SDA Bocconi school of management

The Director of the Program: Valter Lazzari

Place of the program: Milan, Italy

Language of the program: English

What kind of program is it? full time

How many months is the program? 12 months

When the program starts? October

Methodology of the program: The program promotes diversity and teamwork in the classroom and uses both theory and experience to teach management. The curriculum builds on real-world management knowledge and the program focuses on each student as an individual. There is a mix in the teaching between lectures, group projects, case study and guest speakers.

Specializing Matters of the program: Specializations are offered in Marketing & innovation, in Corporate finance & investments and in Strategy & internationalization

Short description of the program: Phase 1 of the program is dedicated to in-depth study of the basis of company management: information, company architecture, operations, finance and competitiveness. Phase 2 is dedicated to acquiring a full-spectrum of management skills: including decision-making, project management, business planning, leadership, corporate governance. Phase 3 is dedicated to action-learning and applying to the field what students have learnt in class: students can either develop a research project or entrepreneurial project or they can do an internship in a company. In Phase 4 students can personalize their development by following electives in Marketing & innovation, in Corporate finance & investments and in Strategy & internationalization

Type of educational cloister : Most of teachers are full-time Italian and international SDA Bocconi faculty. There are also numerous visiting professors from abroad and some lessons from people from the business and industry community.

Number of students registered per year: 100-110

Range of age of the matriculated students: average age is 29

Percentage of foreign students: 60%

Percentage of men: 70%

Requirements of access: Undergraduate degree, certified fluency in English, high GMAT score, 2-3 years work experience.

Do you require previous experience in job market? At least 2-3 years professional work experience is required

How is the process of selection of the candidate? Candidates are first reviewed on the basis of their certifications, cv, reference letters. Selected candidates are then invited for personal admissions interviews.

Do you have a training program? About 75% of students follow an internship during the program in companies in Italy and worldwide in a range of sectors including banking, finance, consultancy, luxury goods and healthcare.

Do you have an employment agency? There is a Career Development Service dedicated to helping the MBA students understand the job market and develop links with the business community and recruiters. Initiatives include Company days and On-Campus Recruiting events and one-to-one career advising and coaching services.

Companies partners for trainings and jobs: The five top recruiting companies are Johnson&Johnson, Boston Consulting Group, Booz & Co., Bain & Company, Infosys Technologies. There are a total of around 100 companies who offer training and jobs to the MBA students.

Scholarships programs: SDA Bocconi offers a total of 4 Total Tuition Waiver scholarships and 16 Partial (70 or 80%) Tuition Waiver scholarships for its MBA program.

The 4 Total Tuition Waiver scholarships include one specifically reserved for a female candidate.

The 16 Partial Tuition Waiver scholarships include 2 reserved for candidates from China, 2 for candidates from India and 2 reserved for female candidates.

Loan program: Students are eligible to apply for a loan. Granting of the loan will be subject to an evaluation by the various banks with which Bocconi has agreements. Students can apply for a loan for each year of up to 80% of the cost of the program.

Price of MBA: 39,500 euro

More information: www.sdabocconi.it/mba, md@sdabocconi.it, tel. +39-02-5836-3125

TUCK SCHOOL OF BUSINESS (español)

Nombre del MBA: The Tuck MBA

Proveedor/Escuela: Tuck School of Business at Dartmouth

Director del programa: Paul Danos, Decano de Tuck School of Business

Lugar donde se imparte: Tuck School of Business está situada en Hanover, New Hampshire

Idioma en el que se imparte: Inglés

Tipo de programa (presencial/online/etc.): Tuck ofrece solo ofrece un programa a tiempo completo de dos años. Es un programa residencial, lo que implica que los estudiantes deben estar en Hanover, NH.

Duración en meses del programa: El programa es de dos años (alrededor de 9 meses de clases cada año y un programa de prácticas entre el primer y Segundo año)

Fecha de inicio del programa: Septiembre

Metodología del programa:

El Programa tiene un plan de estudios común integrado con la cobertura rigurosa de áreas claves funcionales y disciplinas. El plan de estudios proporciona desarrolla habilidades de dirección prácticas a través del estudio activo, proyectos de grupo, y simulaciones. La profundidad y la amplitud de opciones permiten a los estudiantes a enfocar las áreas específicas de estudio dentro del contexto del amplio conocimiento de la perspectiva funcional requerida en posiciones de dirección superiores.

Materias especializadas del programa: Dirección general; el primer año: cursos principales y proyecto de primer año, segundo año: elección entre más de 75 cursos opcionales y seminarios.

Descripción del programa: Una educación en Tuck prepara para pensar y actuar con decisión en cualquier ambiente de negocio. El plan de estudios de Tuck es comprensivo y específico. El foco está sobre el mando. A través de un curso de trabajo riguroso el estudiante adquiere el conocimiento en finanzas, estrategia, márketing, la dirección general, y más. El estudiante estará listo, no solo para su siguiente gran trabajo, pero para su carrera. Para el futuro. El trabajo en equipo acentuado en el programa MBA es un elemento esencial de su éxito. El estudiante funcionará en su nivel más alto porque su equipo cuenta con él. MBA de Tuck es bastante flexible para encontrar los intereses del estudiante. A través de los cursos optativos el estudiante puede dirigir el plan de estudios para reflejar su propia dirección. De este modo la realización de programas de intercambio responde a sus objetivos únicos. La persecución del MBA de Tuck es una inversión en el estudiante y en su futuro.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.): El MBA de jornada completa se realiza en un ambiente residencial con una comunidad unida, proporcionando oportunidades abundantes para desarrollo personal y profesional. La vida e instalaciones de estudio son diseñadas para animar la inmersión completa en el estudio con un cambio lleno de ideas y puntos de vista.

Número de estudiantes matriculados por año: 240

Rango de edad de los matriculados: Media de edad de los matriculados: 28 (rango de edad 24-43)

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 31%

Porcentaje de hombres: 77% (33% mujeres)

Requisitos de acceso: Sumamente selectivo, basado en transcripciones, GMAT, ensayos, recomendaciones, entrevista, y formulario escrito; TOEFL requerido para la mayoría de los aspirantes internacionales.

¿Se necesita experiencia laboral? En general Tuck no facilita la admisión a candidatos con menos que de 2 años de experiencia de trabajo profesional. Por regla general, los estudiantes tienen cinco años de experiencia de trabajo de jornada completa antes de entrar en Tuck, pero dado la amplia gama de edad en cada clase, esto es la calidad, no la cantidad, de la experiencia de un aspirante que es relevante en el proceso de evaluación.

Cómo es el proceso de selección del candidato:

No hay ninguna fórmula para la admisión en Tuck. Es imposible predecir las posibilidades de un candidato de admisión únicamente por mirar sus resultados académicos de registro y de prueba. Cada decisión depende de la interacción de seis factores principales:

Excelencia Demostrada Académica: Tuck busca a los aspirantes que poseen capacidades excepcionales académicas y la curiosidad intelectual, que se impliquen activamente en el proceso educativo. Considerando el rigor analítico del plan de estudios en Tuck, se presta una atención especial a la capacidad de cada aspirante por los conceptos cuantitativos. No hay ningún curso de estudios particular requerido para aplicarse.

Mando Demostrado: Tuck busca a los aspirantes que han sido líderes en una variedad de aspectos: actividades extraescolares en colegio o universidad, el lugar de trabajo, o la comunidad. Se evalúa el potencial de mando mirando experiencias, logros, y las cartas de recomendación.

Logros Demostrados: Tuck busca a los candidatos que tienen la pasión para hacer un impacto significativo en el aula, en el mundo de los negocios, y en la sociedad. Los candidatos que se aceptan simplemente no examinan los movimientos de asistir la escuela, el funcionamiento, u organizaciones de conexión - si no que han puesto su corazón y el alma en la ayuda para mejorar las instituciones de algún modo tangible.

Habilidades Interpersonales: En Tuck, las habilidades interpersonales son esenciales para el éxito como un líder y como miembro de equipo miembro. A través el proceso de la entrevista, intentamos obtener una idea de las capacidades de la personalidad y de comunicación de cada candidato. También buscamos calidad y la claridad del pensamiento en respuestas escritas y ensayos.

Diversidad de formación y de experiencia: Tuck busca una variedad de candidatos que aporten una gama de fondos y de perspectivas a la clase y a la comunidad de Tuck. El comité de las admisiones trabaja diligentemente para seleccionar los estudiantes más calificados que prosperarán dentro, para contribuir a la vida del plan de estudios activo de Tuck.

Modo de pensar global: En Tuck los candidatos poseen un punto de vista global no sólo agregan profundidad a la experiencia formativa sino también contrapesan las oportunidades más desafiantes y más diversas de la carrera. Se considera el modo de pensar global ser polifacético, y se evalúan muchos aspectos de estos- hablar una segunda lengua para trabajar, para estudiar, y extenso recorrido fuera de su país de origen.

¿Tiene bolsa de empleo?: La misión de Tuck no es ayudar a encontrar el siguiente gran trabajo al estudiante, sino el trabajo correcto. La oficina del desarrollo de carrera de Tuck ayuda a lanzar en una carrera satisfactoria. La experiencia de Tuck abre las puertas para el estudiante, comenzando con las entrevistas en el campus donde las firmas con las que el estudiante quiere encontrarse se desplazan para ello. Más de 900 compañías superiores en industrias importantes tienen relaciones de reclutamiento activas con Tuck.

¿Tiene programa de prácticas?: Tuck proporciona el entrenamiento de carrera para ayudar a explorar y a preparar al estudiante para su carrera siguiente. Los especialistas de la industria tienen MBAs y tienen experiencia directa en los sectores que el estudiante quiere trabajar. Ello da ventaja al trabajar con los reclutadores y los estudiantes.

El año comienza con una serie de paneles de la industria llamados Sector Smarts. Aproximadamente 100 exalumnos se desplazan al campus para ayudar a los estudiantes a entender mejor sus opciones de la carrera en la variedad de industrias. Trabajamos de cerca con el estudiante para ayudarle a encontrar la trayectoria de carrera que es la que mejor se ajusta basado en los intereses, capacidades, habilidades y valores de la carrera. Tuck ayuda a enfocar el proceso de la búsqueda de trabajo - para las oportunidades en el campus y fuera

de él. Así, proporciona el curriculum vitae, la carta de presentación, el establecimiento de una red y otra formación de capacidades de la búsqueda de trabajo. Asimismo, ayudan a preparar las entrevistas. En este sentido, los estudiantes tienen éxito en conseguir puestos y los trabajos en algunas de las mayores compañías en el mundo. Asimismo, Tuck tiene uno de los índices más altos de satisfacción entre reclutadores de cualquier programa MBA.

Programa de becas y ayudas:

Tuck proporciona ayuda económica a los estudiantes que carecen suficientes recursos personales para financiar su educación del MBA.

Para proteger la integridad de sus fondos de préstamo, sin embargo, la escuela se reserva el derecho de rechazar de hacer préstamos a los estudiantes cuya deuda total se mira como potencialmente excesiva o cuyo historial de crédito es insatisfactorio. Mientras que Tuck confía identificar los recursos financieros para los estudiantes admitidos que requieren ayuda para abonar el coste del programa del MBA, se espera que a los aspirantes tomen la responsabilidad de los aspectos financieros ganando un MBA.

Programa de financiación:

La escuela de negocios de Tuck, en colaboración con el Dartmouth College, ha creado un nuevo préstamo institucional desarrollado exclusivamente para los estudiantes internacionales. De esta manera, los estudiantes internacionales y los estudiantes de Tuck tienen pueden acceder a una financiación a unos precios competitivos a pesar de las presiones existentes en la disponibilidad de préstamo. El préstamo se ha desarrollado para proveer asistencia financiera a los estudiantes internacionales sin requerir un cosignatario estadounidense. Un estudiante con necesidades financieras demostradas puede tomar prestado el coste de la asistencia, menos que otras ayudas financieras, basado en el análisis de necesidades por la oficina de ayudas financieras. El préstamo no tiene ningún gasto de origen y la tarifa a los prestatarios, actualmente al 9 por ciento, es variable y se ajusta anualmente.

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Los edificios académicos y administrativos de primera clase tienen clases grandes y pequeñas, cuartos de estudio de grupo, salas de conferencias, salones, una biblioteca de negocio/ingeniería, y las oficinas para el cuerpo docente y el personal administrativo. Una amplia gama de los espacios del estudio está disponible alrededor de campus.

Tuck ofrece lo último en ordenadores de escritorio y móvil junto con las instalaciones para la comunicación video, la producción multimedia, la visualización de los datos, y la colaboración del grupo. Asimismo, en el campus hay acceso de Internet sin hilos.

Los estudiantes de Tuck tienen acceso a la biblioteca de Feldberg y a su reconocida colección de periódicos de negocios y de gestión, de directorios, y de recursos en línea. Los estudiantes también tienen acceso a la mayoría de bibliotecas de Dartmouth.

Precio del MBA: 79,420 dolares

<http://www.tuck.dartmouth.edu/admissions/aid/tuition.html>

Horas: 12 horas por semana aproximadamente

Horario lectivo: http://www.tuck.dartmouth.edu/mba/academic_calendar.html

Más información: Web/Teléfono/Fax/E-mail

Office of Admissions

Tuck School of Business at Dartmouth

100 Tuck Hall

Hanover, NH 03755

603-646-3162

tuck.admissions@dartmouth.edu

TUCK SCHOOL OF BUSINESS (ENGLISH)

Name of MBA: The MBA Tuck

School: Tuck School of Business at Dartmouth

The Director of the Program: Paul Danos, Dean of the Tuck School of Business

Place of the program: The Tuck School of Business is located in Hanover, New Hampshire

Language of the program: English

What kind of program is it? (full time/part time/online...) Tuck offers only the full-time, two-year MBA program. It is a residential program, requiring students to be in Hanover, NH.

How many months is the program? The program is two years (about 9 months of classes each year, and an internship in between the first and second year)

http://www.tuck.dartmouth.edu/mba/academic_calendar.html

When the program starts? September

Methodology of the program: The Program has an integrated core curriculum with rigorous coverage of key functional areas and disciplines. The curriculum provides strong functional expertise and develops practical management skills through active learning, group projects, and simulations. The depth and breadth of elective offerings allow students to focus on specific areas of study within the context of the broad perspective and cross-functional knowledge required in top management positions.

Specializing Matters of the program: General management; first year: core courses and the Tuck First-Year Project; second year: choose from more than 75 elective courses and seminars.

Short description of the program: A Tuck education prepares you to think on your feet and act decisively in any business environment. Tuck's curriculum is comprehensive and specific. The focus is on leadership. Through rigorous coursework you will acquire the knowledge you need to lead—in finance, strategy, marketing, general management, and more. You will be ready. Not just for your next great job, but for your career. For your future. The teamwork emphasized in our MBA program is an essential element of your success. The dynamics within study groups are electric. You will perform at your highest level because your team is counting on you. Tuck's MBA is flexible enough to meet your unique interests. Through elective courses you can steer the curriculum to reflect your own direction. Joint- and dual-degree programs and exchange programs respond to your unique goals. Pursuing a Tuck MBA is a wise investment in yourself and in your future.

Type of educational cloister (visitors, university students...): Tuck MBAs study full-time in a residential environment with a close-knit community, providing abundant opportunities for personal and professional development. Our living and learning facilities are designed to encourage complete immersion in learning with a full exchange of ideas and viewpoints.

Number of students registered per year: Target class size: 240

Range of age of the matriculated students: Average age at matriculation: 28 (age range 24-43)

Percentage of foreign students: International students: 31%

Percentage of men: Women: 33% Men: 77%

Requirements of access: Highly selective, based on transcripts, GMAT, essays, recommendations, interview, and written application; TOEFL required for most international applicants.

Do you require previous experience in job market? In general Tuck does not offer admission to applications with less than 2-years of professional work experience. On average, Tuck students have five years of full-time work experience before entering Tuck, but given the broad age range in each class, it is the quality, not the quantity, of an applicant's experience that is relevant in the evaluation process.

How is the process of selection of the candidate?

There is no formula for admission to Tuck. It is impossible to predict a candidate's chances of admission solely by looking at his or her academic record and test scores. Each decision hinges on the interplay of six principal factors:

Demonstrated Academic Excellence: Tuck seeks applicants who possess outstanding academic abilities and intellectual curiosity, and who will be actively engaged in the educational process. Given the analytical rigor of the Tuck curriculum, we pay special attention to each applicant's ability to master quantitative concepts. There is no particular course of study required to apply.

Demonstrated Leadership: Tuck looks for applicants who have been leaders in a variety of settings: extracurricular activities at college or university, the workplace, or the community. We assess leadership potential by looking at experiences, accomplishments, and letters of recommendation.

Demonstrated Accomplishments: Tuck seeks candidates who have the passion to make a significant impact in the classroom, in the business world, and in society. Candidates we accept do not simply go through the motions of attending school, working, or joining organizations—they have put their heart and soul into helping make those institutions better in some tangible way.

Interpersonal Skills: At Tuck, we believe that strong interpersonal skills are essential for success as a leader and as a team member. Through the interview process, we try to get a sense of each candidate's personality and communication skills. We also look for quality and clarity of thought in written answers and essays.

Diversity of Background and Experience: Tuck seeks a variety of candidates who will bring a range of backgrounds and perspectives to the classroom and the Tuck community. The admissions committee works diligently to select the most qualified students who will thrive in, contribute to, and benefit from the active co-curricular life at Tuck.

Global Mindset: At Tuck, we believe that candidates who possess a global point of view not only add depth to the education experience but are also poised for the most challenging and diverse career opportunities. We consider global mindset to be multifaceted, and we evaluate many aspects of it—from fluency in a second language to work, study, and extensive travel outside of one's home country.

Do you have a training program?

Tuck provides career training to help you explore and prepare for your next career. Our industry specialists have MBAs and have direct experience in the industries you want to work in. This gives us advantage when working with recruiters and students.

The year starts with a series of industry panels called Sector Smarts. Approximately 100 alumni come to Tuck to help you better understand your career options in a variety of industries. We work closely with you to help you find the career path that is the best fit based on your interests, skills, abilities and career values. We help you strategize on the best way to approach the job search process – for both on-campus and off-campus opportunities. We provide resume, cover letter, networking, and other job search skills training. And we help you prepare for interviews. We hear repeatedly from recruiters that Tuck students are some of the best prepared candidates they encounter. Not only do our students succeed in getting internships and jobs at some of the top companies in the world, we have one of the highest rates of satisfaction among recruiters of any top MBA program.

Scholarships programs:

Tuck has a need-blind admissions policy, which means we offer admission to the most qualified candidates without regard to their financial circumstances. Tuck provides financial assistance to students who lack sufficient personal resources to finance their MBA education.

To protect the integrity of its loan funds, however, the school reserves the right to refuse to make loans to students whose overall debt burden is regarded as potentially excessive or whose credit history is unsatisfactory. While Tuck is committed to identifying financial resources for admitted students who require assistance to meet the cost of the MBA program, applicants are expected to take responsibility for the financial aspects of earning an MBA.

Loan program: last press release

Services and infrastructures of support (library, computers...):

Tuck's first-class academic and administrative buildings contain large and small classrooms, group study rooms, conference rooms, lounges, a business/engineering library, and offices for faculty and staff. A wide range of study spaces are available around campus.

Tuck's cutting-edge information technology environment offers the latest in desktop and mobile computing along with facilities for video conferencing, multimedia production, data visualization, and group collaboration. Wireless internet access is available throughout campus.

Tuck students have access to Feldberg Library and its renowned collection of business and management periodicals, newspapers, directories, and online resources. Students also have access to Dartmouth's many libraries, as well as the collections in all seven Ivy League schools.

Price of MBA: \$79,420

<http://www.tuck.dartmouth.edu/admissions/aid/tuition.html>

Hours: 12 hours a week

School schedule: http://www.tuck.dartmouth.edu/mba/academic_calendar.html

More information:

Office of Admissions

Tuck School of Business at Dartmouth

100 Tuck Hall

Hanover, NH 03755

603-646-3162

tuck.admissions@dartmouth.edu

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF MONACO (ESPAÑOL)

Nombre del MBA: Monaco MBA

Proveedor/Escuela: International University of Monaco

Director del programa: Claude Chailan

Lugar donde se imparte: Mónaco

Idioma en el que se imparte: Inglés

Tipo de programa (presencial/online/etc.): full time, programa intensivo

Duración en meses del programa: 10 meses

Fecha de inicio del programa: Septiembre

Metodología del programa:

La IUM tiene un cuerpo docente con profesores internacionales, los cuales están activamente implicados en investigaciones en sus campos de especialización. Ellos utilizan esta investigación aportando nuevos conceptos y la mayor parte de información al día a sus clases para crear un verdadero plan de estudios actual.

La IUM tiene un estilo de enseñanza sumamente exigente y académicamente riguroso, pero también exige el estudio activo animando la participación de clase de los estudiantes. Este acercamiento contribuye en hacer la Universidad un lugar de intercambio práctico y de alto

nivel. El programa incluye el curso de Harvard/Michael Porter "The Microeconomics of Competitiveness".

Materias especializadas del programa: *Gestión del Lujo, Finanzas Corporativas, Gestión Internacional*

Descripción del programa: El programa MBA anima a estudiantes a ir más allá de teorías, datos y el conocimiento usando habilidades aprendidas en situaciones globales reales. Esto permite a estudiantes desarrollar fuertes habilidades analíticas y cognoscitivas que les proveen de una base para seguir su crecimiento personal y aprender la experiencia.

Una educación IUM cambia las fronteras del pensamiento y el modo en acercarse a la información, los problemas y las oportunidades.

Tipo de claustro docente (visitantes, universitarios, etc.):

Numerosos profesores IUM tienen la experiencia como presidentes con éxitos (en empresas mundiales conocidas como L'Oréal, IBM, Texas Instruments, Adidas AG, Honeywell etc.), directores, consultores o empresarios. Los miembros de facultad han dado clases en o han asistido a tales en organizaciones prestigiosas como la Universidad de Harvard, INSEAD, la Universidad de Oxford, Wharton, la Universidad de Carolina del Norte - Chapel Hill, la Universidad de Michigan, el Politécnico de Milano, IMD, la Universidad de Georgetown, la Universidad Johns Hopkins, la Universidad de Aston, la Universidad de Boston y la Universidad de Sydney.

Número de estudiantes matriculados por año: 30-35 estudiantes por año

Rango de edad de los matriculados: 25 - 48 años

Porcentaje de estudiantes extranjeros: 97 %

Porcentaje de hombres: 56 %

Requisitos de acceso: Proceso de admisión (tener un título, GMAT, 2 cartas de recomendación, mínimo 2-3 años de experiencia, ensayos)

¿Se necesita experiencia laboral?: Si, dos o tres años de experiencia

Cómo es el proceso de selección del candidato: Proceso de admisión vía formulario de inscripción y un jurado.

¿Tiene bolsa de empleo?: Hay servicios de colocación y carrera que realizan actividades como sesiones están dedicadas a estrategias de búsqueda de trabajo, el proceso de reclutamiento, la identificación de trabajo y modelos de la carrera dentro de industrias específicas, como:

Finanzas: Riqueza y Dirección de Activo así como Banca De la inversión

Industria de Bienes de consumo Rápida

Objetos de lujo

Consultoría Estratégica

Además, la Oficina de Servicios de carrera organiza talleres sobre la búsqueda de trabajo en países específicos como Mónaco, Suiza, el Reino Unido, Dubai, China etc., paralelamente a networking y oportunidades de carrera en Mónaco, así como acceso internacional a la red de exalumnos.

¿Tiene programa de prácticas?: No. No obstante, ejecutivos de éxito participan como tutores de las jóvenes generaciones de la escuela de negocios de la Universidad Internacional de Mónaco, en un programa de tutoría (Mentorship program). Este intercambio facilita a los estudiantes hacer nuevos contactos con las industrias que se corresponden a sus preferencias.

Empresas con las que tienen acuerdos laborales para prácticas o empleo:

El programa de tutoría cuenta con algunos numerosos incluyendo ejecutivos de Adidas (Alemania), Giorgio Armani (Estados Unidos), Vivienne Westwood (Reino Unido), Gucci Group (Italia), HSBA Private Banking (Monaco), Haywood Securities (Reino Unido), Merrill Lynch (Estados Unidos), Société Générale (Singapur), UBS Private Bank (Monaco) y Credit Suisse

Programa de becas y ayudas: La Beca Diana Scott se ha creado en memoria de Diana Scott, una mujer extraordinaria y amiga querida de la Universidad. Su marido, Vivian Scott, ha prometido una beca a los estudiantes MonacoMBA que demuestren un compromiso a los recursos humanos y el reclutamiento profesiones consultoras.

Los aspirantes deben presentar un currículo académico sólido, credenciales de carrera y estar trabajando actualmente o hacia una carrera en la dirección de recursos humanos. Asimismo, deben demostrar un compromiso fuerte a la profesión de recursos humana y estar implicado en actividades Mentorship como el servicio a un campus, la comunidad, o la organización caritativa. La beca da preferencia a mujeres, candidatos de nacionalidad británica, de entre 26 y 35 años, y que demuestren necesidades financieras.

Se concede una beca en cantidad de 10.000 euros para ser aplicada a la matrícula del aspirante. El formulario de inscripción de la admisión y de beca se debe recibir por la oficina de IUM de admisiones antes del 1 de marzo cada año para la concesión en el término siguiente año. Los estudiantes deben mantener GPA acumulativo de al menos 3.0 y el estado de estudiante a jornada completa durante el período cubierto por la beca para conservar la misma.

Programa de financiación: No

Servicios e infraestructuras de apoyo (biblioteca, sala de ordenadores, etc.):

Los recursos de Biblioteca son importantes en los negocios y materias auxiliares para apoyar la investigación, el plan de estudios y las especializaciones académicas de estudiantes, profesorado y ex-alumnos. El centro, proporciona todos los recursos y servicios que se pueden encontrar en cualquier gran biblioteca, por relaciones con bibliotecas más grandes y bases de datos en línea.

Todos los estudiantes tienen acceso al hardware de ordenador y el software, direcciones de correo electrónico personales, el acceso a Internet ilimitado, y apoyo de servicios tecnológicos. IUM cuenta de una proporción de 1 ordenador para cada 3 estudiantes con el acceso de estudiante a WiFi en varias ubicaciones del campus.

Precio del MBA: 24,500 euros

Horario: 69 créditos (completado en tres términos de 12 semanas)

Calendario: Septiembre-Junio

Más información:

Tel: +377 97 986 986 / Fax: +377 92 052 830

www.monaco.edu / info@monaco.edu

INTERNATIONAL UNIVERSITY OF MONACO (ENGLISH)

Name of MBA: Monaco MBA

School: International University of Monaco

The Director of the Program: Dr. Claude Chailan, cchailan@monaco.edu

Place of the program: Monaco

Language of the program: English

What kind of program is it? (full time/part time/online/ presencial) full time intensive program

How many months is the program? 10 months

When the program starts? In September (Fall) - only one intake per year

Methodology of the program:

We have a faculty of internationally renowned professors, who are all actively involved in research in their field of specialization. They utilize this research by bringing new concepts and the most up-to-date information into their classes to create a truly current curriculum. At IUM we have a highly demanding and academically rigorous teaching style, but we also demand active learning by encouraging class participation from the students. This approach contributes to make the University a place of intellectual and practical exchanges of the highest level.

Program includes the Harvard/Michael Porter course "The Microeconomics of Competitiveness"

Specializing Matters of the program: Luxury Management, Corporate Finance, International Management

Short description of the program:

Our MBA program encourages students to go beyond theories and data to glean and retain knowledge by using skills learnt in real world situations.

This enables students to develop strong analytical and cognitive skills which provide them with a foundation for continuing their personal growth and learning experience.

An IUM education changes the boundaries of your thinking and the way you approach information, problems and opportunities."

Type of educational cloister (visitors, university students...):

Numerous IUM professors have experience as successful CEOs (in world renowned companies such as L'Oréal, IBM, Texas Instruments, Adidas AG, Honeywell etc.), venture capitalists, directors, consultants or entrepreneurs. Faculty members have taught at or attended such prestigious organizations as Harvard University, INSEAD, Oxford University, Wharton, University of North Carolina-Chapel Hill, University of Michigan, Politecnico di Milano, IMD, Georgetown University, Johns Hopkins University, Aston University, Boston University and the University of Sydney.

Number of students registered per year: 30-35 students per year

Range of age of the matriculated students: 25 - 48 years old

Percentage of foreign students: 97 %

Percentage of men: 56 %

Requirements of access: Admissions process (have a degree, GMAT, 2 letters of recommendation, min 2-3 years of work experience, essays)

Do you require previous experience in job market? Yes 2-3 years of work experience

How is the process of selection of the candidate? Admission process, via their application file and a jury

Do you have a training program?

Mentorship Programm

Do you have an employment agency? ????

Placement and Career services

Sessions are dedicated to job search strategies, the recruitment process, job identification and career patterns within specific industries, such as:

Finance: Wealth and Asset Management as well as Investment Banking;

Fast Moving Consumer Goods Industry;

Luxury Goods;

Strategic Consulting.

Additionally, the Office of Career Services organizes workshops on job hunting in specific countries like Monaco, Switzerland, the United Kingdom, Dubai, China etc.

Unparalleled networking and career opportunities in Monaco

Access to an international alumni network

Scholarships programs: merit based scholarship and Diana scott scholarship

The Diana Scott Scholarship has been established in memory of Ms. Diana cott, an extraordinary woman and dear friend of the University. Mr. Vivian Scott, Diana's husband, has pledged a scholarship for MonacoMBA students who demonstrate a commitment to the human resources and recruitment consulting professions.

Applicants should present solid academic and career credentials and be currently working in or towards a career in human resources management. They should demonstrate a strong

commitment to the human resources profession and be involved in mentorship activities such as service to a campus, community, or charitable organization. Preference will be given to applicants who are female, UK nationals, aged between the ages of 26 and 35, and who demonstrate financial need. One scholarship in the amount of €10,000 will be awarded to be applied to the applicant's tuition.

The yearly award will be credited in three equal installments if recipients make installment payments during the academic year. A completed Application for Admission and Scholarship Application Form must be received by the IUM Office of Admissions before March 1 each year for award in the following fall term.

Students must maintain a cumulative GPA of at least 3.0 and full-time student status during the period covered by the scholarship to retain the scholarship.

Loan program: no loans

Services and infrastructures of support (library, computers...)

The Library resources are very strong in business and auxiliary subjects to support research, the curriculum and the academic specialisations of our clientele - Students, Faculty and the Alumni. Whereas we are small in size, we provide all resources and services you would find in any great Library, through network relationships with larger libraries and online databases. All our students enjoy access to state of the art computer hardware and software, personal email addresses, unlimited Internet access, and IT support services. IUM enjoys a ratio of 1 computer for every 3 students with student access to WiFi at several campus location

Price of MBA: 24,500 euros **School schedule:** 69 credit degree (completed in three 12-week terms)

More information: Web/Tel/Fax/E-mail Tel: +377 97 986 986, Fax: +377 92 052 830, www.monaco.edu, info@monaco.edu

ESSEC MBA (ENGLISH)

Name of MBA: ESSEC MBA

School: ESSEC Business School

The Director of the Program: Françoise Rey

Place of the program: Cergy Pontoise (near Paris) / Singapore

Language of the program: French/English

What kind of program is it? (full time/part time/online/ presencial) : Full time

How many months is the program : 2 years

When the program starts? septembre

Methodology of the program:

The MBA objective Prepare tomorrow's managers to become effective leaders in a complex and increasingly global environment by developing their capacity to analyze, anticipate and adapt, and by providing them with the necessary skills for setting high-value goals and making responsible decisions.

Specializing Matters of the program:

Elective Courses

Accounting & Management Control, Business Law, Economics, Finance, Management, Information and Decision Systems, Logistics, Production & Services, Marketing, Urban & Real Estate Management.

Modern Language Courses

Arabic, Brazilian, Chinese, English, French, German, Hebrew, Italian, Japanese, Russian, Spanish.

International Experience

Various options: 80 international exchange programs, 8 double-degree programs, professional or humanitarian missions abroad, core or Asian Tracks at the Singapore Campus. Previous international experiences may be validated.

Special Tracks (7 research institutes, 16 faculty chairs)

Corporate Diversity and Performance, Private Equity, Financial Reporting, Hospitality Management, Entrepreneurship, E-business, Urban Management, Media and Entertainment, Health Economics, Luxury Brand Management, International Sports Marketing, Real Estate, Therapeutic Innovation, Negotiation and Mediation, etc.

Short description of the program:

ESSEC MBA is an innovative program designed to bring students up to speed with the challenges of the ever-dynamic business world. We strongly believe that when equipped with the best tools, individuals will make the best choices for themselves.

A flexible, customized curriculum lets MBA students combine work and study as they wish. Students choose from around 200 courses each year, and may specialize in a particular field or discipline of their choice.

To achieve a seamless integration between classroom and workplace, all students must have completed nearly two years of validated professional experience by the time they graduate. A mentoring program means that all students are guided from the beginning of the program until graduation. Skills are continuously assessed on an ongoing basis, with faculty, staff and alumni serving as mentors, and bringing with them a wide range of experience and expertise. ESSEC MBA recognizes the importance of cultural diversity, and welcomes students with a wide range of profiles in terms of nationality, background, qualifications and experience, including those just out of college.

At ESSEC we never stop innovating: we encourage our students to do likewise, and to feel responsible for the communities which they will be managing and leading in the future.

Faculty (visitors, university students...):

135 permanent professors

30 visiting professors from prestigious international universities

(IIMA Ahmedabad, India - University of Mannheim, Germany - Keio University, Japan - Bocconi University, Italy - INSEAD, France...)

42 % foreign professors

29 different citizenships

Number of students registered per year: 580

Range of age of the matriculated students: Our MBA students are generally aged between 21 and 32

Percentage of foreign students: 20 %

Percentage of men: 51% male- 49% female

Requirements of access:

Students are admitted to the ESSEC MBA through different admissions paths, depending on their prior qualifications:

■ French MBA Admissions

Students with a French degree apply through the French MBA admissions path.

■ International MBA Admissions

Students with a strong non-French Bachelor's or Master's degree are eligible to apply.

Selection is based on motivation, academic record, approved management and language test scores, and an interview. One to two years of professional experience is highly recommended. Candidates under the age of 32 during the application year are eligible to apply

Do you require previous experience in job market? no

Do you have a training program?

In addition to the richness of an academic experience in another country, ESSEC encourages its students to challenge their professional skills by working abroad during their MBA. Immersion in a different culture and work environment will help prepare students to become

global managers. Our Career Management Service assists students in finding internships in France or abroad.

Do you have an employment agency?

Careers Advisory Center

Preparation for integration into Professional life:

- Approximately 2,000 students attend meetings with the Heads of Careers Advice and Guidance of the Corporate-Student Relations Service
- 3,000 one-on-one interviews per year
- 2,000 students benefit from preparatory recruitment workshops, receiving advice on writing their CV, letters of motivation, and taking handwriting tests

More than 300 recruitment partner companies:

- 2 recruitment fairs, attended by more than 250 companies
- 15,000 placement offers, 10% of which are based abroad
- 6 Careers Roundtables, offering one-off opportunities for students to meet with Alumni
- 80 presentational meetings with recruiting companies
- 100 appointments with recruiters per year

Companies partners for trainings and jobs:

The top 10 companies that recruited recent ESSEC MBA graduates

Accenture

- BNP Paribas
- Capgemini Consulting
- Corporate Value Associates
- Deloitte
- Ernst & Young
- Eurogroup
- Goldman Sachs
- L'Oréal
- LVMH
- McKinsey
- Orange
- PriceWaterhouseCoopers
- Société Générale
- The Boston Consulting Group

Scholarships programs:

- International public scholarships (e.g. Eiffel, Alban, Ile-de-France Region)
- Company Scholarship Schemes (e.g. Accor, L'Oréal, Thales)
- ESSEC Excellence Scholarships program
- Apprenticeship

For more information on financial aid: <http://www.essec.edu/essecmba/financing>

Loan program:

Students are advised to seek financial aid as soon as they begin the application process. There are several types of aid:

- Bank loans at preferential rates for certain countries

Services and infrastructures of support (library, computers...)

Price of MBA: 27 000 € for European Union students (2 years)
37 000 € for non-European Union students (for 2 years)

Hours: 750 hours

School schedule:

ESSEC MBA is a flexible program which allows students to build their own curriculum. Each student chooses different options taking into account their prior experience and ESSEC degree requirements: validation of a minimum of 24 courses including 8 core courses, 18 months of work experience and 9 months of international experience.

Duration : 15 months to 3 years in a trimester flexible format

More information: Web/Tel/Fax/E-mail

ESSEC Info

B.P. 50105

Avenue Bernard Hirsch

95021 Cergy-Pontoise Cedex

France

essecinfo@essec.fr

Tel : 33 (0)1 34 43 39 90

Fax : 33 (0)1 34 43 32 60

<http://mba.essec.edu/business-school-paris-program/mba/international-admissions>