



MBA

*Departamento de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*

GUÍA DIDÁCTICA

Experto Universitario en Dirección General y Estratégica
de la Empresa

+

Experto Universitario en Dirección Financiera de la
Empresa

+

Experto Universitario en Dirección de la Producción y
Marketing

= MBA (Máster en Administración de Empresas)

mba@cee.uned.es

https://formacionpermanente.fundacion.uned.es/tp_actividad/actividad/master-en-administracion-de-empresas-mba

Índice

1. Presentación.....	3
2. La estructura modular	4
2.1. Ventajas de la organización modular	4
2.2. Los módulos.....	5
2.3. Posibles itinerarios para alcanzar la titulación de Máster	6
3. Destinatarios, requisitos administrativos de admisión, y titulación.	7
4. Instrucciones de matriculación.....	8
5. Organización del curso académico	10
5.1. Calendario	10
5.2. Tutorías.....	10
5.3. Plataforma web.....	11
5.4. Sesiones presenciales voluntarias	12
5.5. Consultas administrativas.....	13
6. Orientaciones didácticas	13
6.1. Material didáctico y temario	13
6.2. Pruebas de evaluación en la plataforma	20
6.3. Trabajo de fin de máster	21
7. Profesorado	21
8. Finalización del Curso y obtención del Título.....	23
9. Importe de los Cursos, forma de pago y ayudas	24
10. Prácticas en empresas	25
11. Contacto y consultas sobre el contenido de esta guía.....	25

1. Presentación.

La UNED creó este Máster hace 24 años para atender a las necesidades de los profesionales provenientes de diversos campos que requieren, en su carrera profesional, unos conocimientos que no se corresponden con su titulación inicial, o que precisan un reciclaje, bien sea por necesitar una puesta al día, o bien para recordar temas que estudiaron y que, debido a su escasa utilización cotidiana, han ido olvidando.

El MBA (Máster en Administración de Empresas) ha tenido, año tras año, un éxito notable tanto en cuanto a alumnado como a su satisfacción con el Curso.

Hace once años se introdujeron algunas novedades derivadas de las propias demandas de los estudiantes, a la mayor parte de los cuales dos años les resultaba una duración excesiva, y para quienes los traslados a Madrid para la realización de los exámenes constituían un coste añadido y un tiempo del que muchos no podían disponer sin sacrificios profesionales y familiares.

Tras la experiencia de estos años, se han consolidado las características básicas de este Máster:

- La evaluación exclusiva a distancia, sin que el estudiante necesite trasladarse para realizar las pruebas.
- La mencionada estructura modular, con tres cursos de Experto Universitario cuya integración conforma el MBA: el de Dirección General y Estratégica, el de Dirección Financiera, y el de Dirección de la Producción y Marketing.

2. La estructura modular

2.1. Ventajas de la organización modular

El MBA **está diseñado de tal forma que se pueda finalizar en un solo año académico** en condiciones normales de hábito de estudio y de obligaciones familiares y laborales, pero su estructura modular permite el acceso a estos estudios a quienes, por cualquier razón, prefieren realizarlo en un tiempo más prolongado y con menor intensidad.

Con la estructura modular de estas enseñanzas, a medida que el alumno progresa en sus estudios, **va obteniendo sucesivas titulaciones hasta culminar con la obtención del MBA.**

La experiencia en la formación continua en la UNED enseña, por un lado, que muchos alumnos desean poder justificar los conocimientos que van alcanzando a medida que van progresando en sus estudios, y, por otro, que muchos otros que, inicialmente, se conforman con un título de Experto Universitario, posteriormente desean obtener un Máster en una materia igual o semejante.

La estructura modular permite que el alumno cuyo objetivo es la finalización del Máster vaya obteniendo una titulación a medida que avanza en sus conocimientos. En cuanto a los alumnos que de momento sólo desean seguir alguno de los Cursos de Experto, esta estructura le permite mantener la puerta abierta a una posible futura decisión de seguir formándose hacia el Máster de una forma más sencilla que con los procedimientos habituales de convalidación.

2.2. Los módulos

MÓDULOS DEL PROGRAMA MBA
Módulo de Dirección General y Estratégica de la Empresa
Módulo de Dirección Financiera de la Empresa
Módulo de Dirección de la Producción y Marketing

El material del programa modular está formado por tres módulos, cada uno de los cuales tiene 20 créditos:

- Para obtener el título de Experto Universitario en Dirección General y Estratégica de la Empresa (que tiene 20 créditos), ha de cursarse el módulo del mismo título.
- Para obtener el título de Experto Universitario en Dirección Financiera de la Empresa (que tiene 20 créditos), ha de cursarse el módulo del mismo título.
- Para obtener el título de Experto Universitario en Dirección de la Producción y Marketing (que tiene 20 créditos), ha de cursarse el módulo del mismo título.
- Para obtener el título de Máster en Administración de Empresas (MBA) (que tiene 60 créditos), han de cursarse los tres módulos de estudio, es decir, obtener los tres títulos de Experto Universitario.

2.3. Posibles itinerarios para alcanzar la titulación de Máster

Como se ha señalado, para alcanzar la titulación de Máster MBA se han de cursar los tres módulos (obtenerse los tres títulos de Experto Universitario), y ello puede hacerse:

1. Cursando los tres en un solo año académico
2. Repartiéndolos en dos años (cursando dos módulos en un año, sea el primero o el segundo, y el tercero en el otro año)
3. Repartiéndolos en tres años (cursando un módulo cada año).

El programa está diseñado de modo que puedan cursarse los tres módulos (obtener los tres Títulos de Experto y el MBA) en un curso, pero la estructura modular deja al estudiante la libertad de elección.

Tal elección dependerá del tiempo de que disponga el alumno para dedicarlo al estudio. Cursar un módulo comporta obtener la titulación de Experto Universitario correspondiente.

No existen relaciones de precedencia entre los tres módulos, pues hay personas que no se plantean acceder a la titulación de Máster, sino que tienen interés por cursar sólo uno de los módulos, es decir, acceder a una única titulación de Experto Universitario concreta. Por consiguiente, los tres módulos pueden cursarse en cualquier orden, si bien lo más razonable, para quien desea hacer el MBA completo, es realizar los tres módulos en el orden en el que se han ordenado (primero el módulo 1, luego el 2 y, finalmente, el 3).

Si, en un año académico, se estudian dos o más Cursos de Experto, éstos se siguen **simultáneamente** (no uno tras otro en el año), como si se tratase de asignaturas de curso completo.

Cada año académico el estudiante se matricula en el Curso o Cursos que desee estudiar en ese año.

3. Destinatarios, requisitos administrativos de admisión, y titulación.

Como se ha señalado, el Curso se dirige a los profesionales procedentes de diversos campos que requieran, en su carrera profesional, unos conocimientos que no se corresponden con su titulación inicial, o que precisen un reciclaje, bien sea por necesitar una puesta al día, o bien para recordar temas que estudiaron y que, debido a su escasa utilización cotidiana, han ido olvidando.

Dado que el MBA está integrado por tres cursos de Experto, es importante conocer los **requisitos mínimos de admisión en los cursos de Experto Universitario:**

- Estar en posesión de un título de Graduado, Licenciado, Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico.

De forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente (selectividad, FP de grado superior, Pruebas de acceso para mayores de 25 años...).

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo, aunque en el supuesto de superarlo no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

- Quienes tengan titulación extranjera homologada en España pueden matricularse directamente.

Quienes no hayan homologado su titulación extranjera, necesitarán un permiso del Vicerrectorado de Educación Permanente de la UNED. Para ello, al solicitar su matrícula por Internet indicando que su titulación es extranjera, se les solicitará que remitan a la Fundación UNED por correo postal:

1. Una simple carta exponiendo los motivos por los que desea hacer el Curso y solicitando autorización (no hay modelo oficial).
2. Una copia **compulsada** de la titulación universitaria. La compulsada debe estar realizada por un organismo oficial o notario.
3. Un breve curriculum.

No obstante, ha de saberse que la **titulación mínima exigida para los cursos de Máster es de Graduado, Diplomado, Ingeniero Técnico o Arquitecto Técnico**. En ningún caso se autoriza la matrícula para los Cursos de Máster a quienes no presenten esa titulación.

Este programa de estudios da lugar a cuatro titulaciones: tres de Experto Universitario y una de Máster. La titulación correspondiente al MBA es "Máster en Administración de Empresas (MBA)". Es un título propio de la UNED (no da acceso directo a estudios de Doctorado) emitido por el Rectorado de la Universidad. La UNED es una Universidad Pública española.

4. Instrucciones de matriculación.

El plazo de matriculación comienza en septiembre de 2023.

El Curso es gestionado administrativamente por la Fundación General de la UNED. La matriculación en cualquiera de los cursos gestionados por la Fundación UNED, se realiza en su página Web (<http://www.fundacion.uned.es/>). Una vez en ella, hay que pinchar en la parte izquierda, donde pone "actividades", y luego en "cursos de formación permanente UNED", para así obtener el "listado alfabético de cursos", al que también se puede acudir directamente en esta dirección:

http://formacionpermanente.fundacion.uned.es/tp_indice

Para encontrar el MBA en la Empresa dentro del listado, puede utilizarse el "buscador de cursos" que se encuentra en la parte superior

derecha (escribiendo *mba* en la casilla). Ya solo queda pinchar en el nombre del Máster.

También puede hacerse directamente en la URL a la que finalmente se llega:

https://formacionpermanente.fundacion.uned.es/tp_actividad/actividad/master-en-administracion-de-empresas-mba

Una vez en la página del MBA, solamente hay que seguir las instrucciones de matriculación que aparecen al pinchar en la casilla superior derecha (donde "Solicitud de matrícula online").

Sobre los trámites concretos de matriculación en casos peculiares, la información ha de solicitarse en la propia Fundación. Allí se puede preguntar por cualquiera de estas personas, que se ocupan de los programas modulares:

Adela Royo-Villanova Martín 91.386.72.88 aroyo@fundacion.uned.es

Rosa Díaz Ramírez 91.386.72.74 r.diaz@fundacion.uned.es

o bien en su Servicio de Atención al Cliente:

Leticia Villacorta Rodríguez. 91.386.15.92 lvillacorta@fundacion.uned.es

Virginia Logroño Guzmán 91.386.72.75 vlogrono@fundacion.uned.es

La dirección de la Fundación UNED es:

c/ Guzmán el Bueno, 133 - Edificio Germania, 1ª planta

28003 Madrid

y su web:

<http://www.fundacion.uned.es/>

5. Organización del curso académico

Tanto el material didáctico como el procedimiento de apoyo están pensados para que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus obligaciones profesionales y familiares.

5.1. Calendario

El curso se distribuye según el siguiente calendario:

- Comienzo del primer trimestre: enero
- Finalización del primer trimestre: marzo
- Comienzo del segundo trimestre: abril
- Finalización del segundo trimestre: junio
- Prueba extraordinaria y final del curso: septiembre

Existen dos pruebas ordinarias, cada una de las cuales consta aproximadamente de la mitad del programa de cada Curso de Experto, y que se realizan al final de los respectivos trimestres. Estas pruebas se efectúan a través de la plataforma educativa de la UNED (por Internet).

En septiembre se realiza una prueba extraordinaria para los alumnos que no hayan superado alguna de las anteriores o ambas.

5.2. Tutorías

Las tutorías tienen por objeto facilitarle las consultas y resolverle las dudas que el estudio del material didáctico pueda suscitarle. Además, puede consultar cualquier otro asunto relacionado con el Curso, como fechas de envío de material didáctico, sesiones presenciales, evaluaciones, etc.

Se establece un servicio de tutorías telefónicas, así como la posibilidad de utilización del correo postal, del fax y del correo electrónico.

A estos efectos se consideran no lectivos:

- Del 1 al 8 de enero
- Del 26 al 30 de marzo
- Del 15 de julio al 31 de agosto

Una vía de comunicación cada vez menos utilizada es el **correo postal**:

CONSULTAS POR CORREO POSTAL:
Equipo Docente del MBA
Departamento de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. UNED
Pº Senda del Rey, nº 11
28040 Madrid

La vía más utilizada por los estudiantes y profesores actualmente es, sin lugar a duda, el **correo electrónico**:

CONSULTAS POR CORREO ELECTRÓNICO:
mba@cee.uned.es

El correo electrónico es el procedimiento más rápido de consulta y el que suele resultar más cómodo para el estudiante puesto que puede hacer las consultas en cualquier momento. Si es preciso, o el alumno lo considera conveniente, el profesorado se pone en contacto telefónico posteriormente con el alumno a los números que éste señaló en su matrícula o en el que indique en el correo de la consulta.

5.3. Plataforma web.

La relación entre profesores y alumnos se efectúa también a través de la plataforma virtual, que cuenta con los medios habituales en este

instrumento: guía, tablón de noticias, tareas, documentos, herramientas de evaluación, calificaciones, etcétera.

La plataforma de la UNED está especialmente diseñada para los procesos de aprendizaje, por lo que su utilización es muy sencilla. No obstante, está previsto que los propios profesores resuelvan las dudas que puedan surgir sobre el funcionamiento de la plataforma.

Como ya se ha señalado, los exámenes, o pruebas de evaluación ordinarias, se realizan a través de la plataforma.

5.4. Sesiones presenciales voluntarias

Tienen por objeto establecer un contacto más directo entre los estudiantes y los profesores del Curso, así como el intercambio de ideas con sus compañeros. Un segundo objetivo es motivarles a perseverar en el estudio.

En cada sesión pronuncia una conferencia una persona especialista en el tema sobre el que verse: profesionales o profesores de reconocido prestigio.

Dada la dispersión geográfica de los estudiantes, la asistencia a estas sesiones presenciales es **siempre voluntaria**, en las salas que a tal efecto tiene la UNED, en el Pº Senda del Rey, Madrid 28040 (en las inmediaciones de El Puente de los Franceses).

Oportunamente se les comunicará por carta el tema de la conferencia, el conferenciante, y la confirmación de la fecha y hora de estas sesiones.

CALENDARIO PREVISTO PARA LAS SESIONES PRESENCIALES
<p>Primera sesión: 9 de marzo</p> <p>Segunda sesión: 13 de abril</p> <p>Tercera sesión: 25 de mayo</p>

Las sesiones presenciales pueden seguirse por Internet. Son grabadas, de modo que los no asistentes puedan seguirlas en diferido a través del sistema específico propio de la UNED (CanalUNED).

5.5. Consultas administrativas

Este tipo de consultas (sobre matriculación, pagos, etc.) deben dirigirse a la Fundación General de la UNED a cualquiera de las personas indicadas anteriormente:

Adela Royo-Villanova Martín 91.386.72.88 aroyo@fundacion.uned.es

Rosa Díaz Ramírez 91.386.72.74 r.diaz@fundacion.uned.es

o bien en su Servicio de Atención al Cliente:

Leticia Villacorta Rodríguez 91.386.15.92 lvillacorta@fundacion.uned.es

Virginia Logroño Guzmán 91.386.72.75 vlogrono@fundacion.uned.es

Como también se señaló antes, la dirección de la Fundación UNED es:

c/ Guzmán el Bueno, 133 - Edificio Germania, 1ª planta

28003 Madrid

siendo su página web:

<http://www.fundacion.uned.es/>

6. Orientaciones didácticas

El Programa tiene por objeto prepararle en las modernas técnicas de la Administración y Dirección de Empresas. Es tanto teórico como práctico, ya que se incluyen numerosos ejemplos y casos que le ayudarán a comprender los conceptos teóricos.

6.1. Material didáctico y temario

Todo el material necesario para el adecuado seguimiento del Curso, formado por el módulo o módulos mencionados que corresponda, se pone a disposición del alumno en la plataforma educativa, en formato digital. Ha sido

elaborado por los profesores de acuerdo con la metodología propia de la enseñanza a distancia.

MÓDULO I: DIRECCIÓN GENERAL

PARTE I: Fundamentos de Dirección

1. La naturaleza de la empresa
2. Empresa y empresario
3. Teorías sobre la empresa
4. El proceso de dirección de la empresa
5. Dirección estratégica y crecimiento
6. El individuo y la organización. La motivación
7. La dirección de los grupos
8. La toma de decisiones, la incertidumbre y el riesgo
9. Instrumentos de planificación, programación y control
10. Introducción a la Dirección de los RRHH
11. Introducción a la Dirección Financiera
12. Introducción a la Dirección de la Producción
13. Introducción a la Dirección de Marketing

PARTE II: Dirección Estratégica

1. Conceptos básicos
2. Análisis del entorno externo
3. Análisis del entorno interno
4. Formulación de estrategias I. Estrategias competitivas
5. Formulación de estrategias II. Estrategias corporativas
6. Valoración y selección de estrategias
7. Implementación y control de estrategias

8. Evaluación y control estratégico
9. La estrategia de internacionalización I. Fundamentos
10. La estrategia de internacionalización II. Enfoques y alternativas estratégicas

PARTE III: Dirección de Recursos Humanos

1. Los Recursos Humanos en la Dirección de Empresas
2. La planificación de los RRHH y el análisis y diseño de los puestos de trabajo
3. Búsqueda y selección de personas
4. Orientación y ubicación
5. Formación y desarrollo
6. Planificación de carreras
7. Evaluación del mérito y del desempeño
8. Objetivos, valoración de puestos y establecimiento de remuneraciones
9. Incentivos y participación en beneficios
10. Prestaciones extrasalariales y masa salarial
11. Poder, autoridad y conflicto
12. Motivación y comunicación
13. Auditoría y control de la dirección de recursos humanos

PARTE IV: Complementos de Economía

MÓDULO II: DIRECCIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA

PARTE I: Elementos de Dirección Financiera

1. Introducción a las decisiones financieras

2. La inversión en la empresa
3. Las fuentes de financiación y los efectos del endeudamiento
4. El coste del capital
5. La valoración de empresas

PARTE II: Técnica instrumental. Contabilidad

1. La actividad económica y la contabilidad
2. El patrimonio
3. Los hechos contables y el funcionamiento de las cuentas
4. El proceso contable
5. La normalización contable: el Plan General de Contabilidad
6. Ingresos, gastos y resultados
7. Acreedores y deudores por operaciones de tráfico
8. El inmovilizado
9. Valoración de los elementos patrimoniales
10. El impuesto sobre el valor añadido
11. Resultado del ejercicio
12. Estudio contable de las distintas formas de sociedades
13. Análisis contable

PARTE III: Mercados financieros

1. Introducción
2. Sistema financiero: definición, funciones, y estructura
3. Mercados financieros: características y tipología
4. Mercado monetario
 - 4.1-Mercado interbancario de depósitos
 - 4.2-Mercado de Deuda Pública
5. El mercado de valores en España

6. La Bolsa de valores
7. El mercado AIAF de renta fija

PARTE IV: Productos financieros derivados

1. Introducción
2. Productos derivados: concepto, funciones, clasificación
3. Mercados organizados vs Over-The-Counter (OTC)
4. Contratos FRA o acuerdos de tipos de interés futuros
5. Contratos SWAPS de tipos de interés (IRS)
6. Futuros financieros
7. Opciones financieras

PARTE V: Sistema financiero español

PARTE VI: Teoría de carteras

MÓDULO III: DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y MARKETING

PARTE I: Elementos de la Dirección de la Producción y Marketing.

1. La función productiva y el proceso de producción
2. La capacidad de producción
3. Los inventarios
4. El mercado, la demanda y el presupuesto mercadotécnico
5. El producto y el precio
6. Comunicación externa y distribución

PARTE II: Dirección de la producción

1. La función productiva de la empresa I. Procesos de producción, costes e ingresos

2. La función productiva de la empresa II: eficiencia, productividad y ciclo de producción.
3. La dirección y gestión de la calidad
4. Decisión de producto, localización y distribución de planta
5. La planificación de la producción
6. La función logística
7. Programación y control de la producción I: MRP
8. Programación y control de la producción II: sistemas de gestión justo a tiempo (JIT)

PARTE III: Marketing y empresa

1. Concepto de Marketing
2. Herramientas de Marketing
3. Marketing estratégico y Marketing operativo
4. Comportamiento de compra del consumidor
5. Segmentación y posicionamiento
6. Estrategias de Marketing
7. Sostenibilidad y Marketing
8. Marketing en la economía digital
9. El plan de marketing

PARTE IV: Reingeniería de procesos en la empresa

Si se considera preciso, este material puede completarse con bibliografía recomendada.

En el primer módulo se estudia la Dirección General de la Empresa, distinguiéndose las funciones clásicas de planificación, organización, dirección y control, así como el conjunto de funciones que comporta. En este módulo

se estudian también la Dirección Estratégica y la Dirección de los Recursos Humanos. El módulo finaliza con unos complementos de Economía.

El segundo módulo se dedica al estudio de las decisiones financieras de la empresa, tanto desde el punto de vista del activo (inversiones) como desde el pasivo (fuentes de financiación), sin olvidar cuestiones como el coste del capital y la valoración de empresas. Incorpora, complementos relativos fundamentalmente a los mercados financieros, y al entorno constituido por el sistema financiero. Se estudian también elementos de contabilidad, como técnica instrumental.

En el tercer módulo se estudian las decisiones de producción y marketing, incluyéndose, junto a cuestiones básicas relativas a la función productiva y a la comercial, otras más detalladas referentes a la calidad, la reingeniería de los procesos, la segmentación de los mercados, etcétera.

Algunas cuestiones se exigen a nivel de lectura y otras a nivel de comprensión general. Existen apartados que se valoran exclusivamente mediante la resolución de ejercicios y casos. Cada tipo de material está identificado previamente a su estudio.

Le recomendamos que haga un esfuerzo continuo, con objetivos periódicos (semanales, quincenales, mensuales,..) desde que recibe el material didáctico hasta la finalización del curso. En función de su tiempo disponible para el estudio elabore un calendario realista que le permita cubrir todo el temario. Junto con el material, dispondrá de un calendario académico orientativo.

Procure establecer una rutina de estudio, ya sea diaria, semanal, etc., según sus preferencias; haga del estudio un hábito. Evite el principal origen del fracaso en el estudio: el "mañana empiezo" de todos los días.

Dado que no se trata tanto de que memorice los contenidos, como de que los comprenda y los relacione, un proceso convencional de estudio de un tema del programa puede ser el siguiente:

1. En primer lugar, repase el índice.
2. En segundo lugar, lea detenidamente el tema. Puede ir anotando los conceptos e ideas fundamentales y detenerse mentalmente en cada uno

de ellos para confirmar su comprensión. Destaque las dudas de esa primera lectura e intente resolverlas. En muchos casos, unas páginas después, el lector encuentra la clave que le permite despejar una duda que había surgido a priori.

3. Una segunda lectura, le permitirá ir afianzando los conceptos. Destaque las dudas e intente resolverlas con cualquiera de los procedimientos que pondremos a su disposición.
4. Con las dudas ya despejadas, una última lectura le ayudará a fijar las ideas clave del tema, permitiéndole aclarar algún aspecto en el que no reparó en las primeras lecturas.

6.2. Pruebas de evaluación en la plataforma

Cada módulo se califica mediante dos evaluaciones objetivas (tests): una por cada trimestre. Como ya se ha reiterado, estas pruebas se realizan a través de la plataforma virtual. Recuerde las claves obtenidas al matricularse. El profesorado le remitirá las indicaciones que le permitirán el acceso, y el contenido de cada módulo que se corresponde con cada prueba según el Curso que esté realizando.

El alumno dispone al menos de tres días completos para que pueda realizar cada prueba en el momento que le resulte más conveniente, y dispone de dos horas para completarla.

Si, por ejemplo, un estudiante sigue dos Cursos de Experto, al llegar las fechas correspondientes a la primera prueba, deberá realizar dos exámenes: uno por cada Curso. Para facilitar su realización, cada prueba se pone a disposición de los estudiantes durante tres días en la plataforma educativa, de modo que quien sigue los tres Cursos puede realizar la prueba de un Curso un día, la de otro al día siguiente, y la del tercero en el tercer día, eligiendo cada día el horario que más le convenga.

El sistema genera la calificación de cada prueba de forma inmediata a su contestación, de modo que el alumno conoce su calificación inmediatamente.

También está prevista la realización presencial de las pruebas en caso de que algún alumno no pueda o no quiera utilizar Internet. En este caso, deberá comunicárselo con antelación a la dirección del Curso.

Los alumnos que suspenden alguna de las pruebas ordinarias, cuentan con otra oportunidad en la prueba extraordinaria de septiembre.

6.3. Trabajo de fin de máster

Los estudiantes que deseen obtener el título de Máster, además de finalizar los tres módulos (es decir, cursar los tres títulos de Experto Universitario), deben realizar un trabajo de fin de máster (TFM) que deberá versar sobre casos prácticos de empresas, de la forma en la que se establecerá en las sesiones presenciales del curso, aunque con amplia discrecionalidad por parte del estudiante.

7. Profesorado

El profesorado del Máster lo componen los siguientes profesores:

Director:

Dr. Eduardo Pérez Gorostegui

Licenciado y Doctor en CC. Económicas y Empresariales. Licenciado y Doctor en Derecho. Catedrático de Organización de Empresas de la UNED

Ha sido Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED y Director de su Departamento de Organización de Empresas.

Ha publicado multitud de artículos, libros y trabajos especializados sobre temas empresariales. Ha impartido docencia en diversas instituciones universitarias públicas y privadas, nacionales y extranjeras. En la UNED dirige e imparte docencia en doctorado y en programas de postgrado sobre Dirección de Recursos Humanos, Comportamiento Organizativo, Habilidades Directivas, Finanzas, Mercado de Valores, Marketing, Producción, y Economía y Administración de Empresas.

Colaboradores:

El Curso cuenta con profesionales de prestigio y con profesores relevantes de diversas universidades, que colaboran en la elaboración del material y en las sesiones presenciales

Algunos de los colaboradores que han participado e impartido conferencias, son:

Dra. Beatriz Rodrigo Moya. Licenciada y Doctora en CC. Económicas y Empresariales. Directora del Departamento de Organización de Empresas de la UNED, en la que ha sido Vicerrectora Adjunta de Extensión Universitaria y Vicedecana de su Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Ha publicado numerosos artículos, libros y trabajos especializados sobre temas empresariales. Ha impartido docencia en diversas instituciones universitarias. En la UNED dirige e imparte docencia en grado, doctorado y programas de postgrado sobre Dirección Estratégica, Política de Empresa, Dirección de los Recursos Humanos, Comportamiento Organizativo, Habilidades Directivas, Finanzas, Marketing, Producción y Economía y Administración de Empresas.

D. Santiago de Rodrigo Moya, exDirector General del Banco Uno-e

Dr. Ricardo Palomo Zurdo, Catedrático de la Universidad San Pablo CEU

Dr. Fernando Casani y Díaz de Navarrete, Ex-gerente de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), Profesor Titular de esa Universidad, Secretario Académico del Instituto Interuniversitario de "Investigación Avanzada sobre Evaluación de la Ciencia y la Universidad" (INAECU)" de la UAM y de la Universidad Carlos III de Madrid y Director de la Asociación para el desarrollo del Campus de Excelencia Internacional UAM+CSIC.

Dr. José Manuel Piñeiro Becerra, Subdirector General del Grupo Banco Popular Español, y Director General del Área de Gestión de Activos del Grupo.

Dr. Víctor Manuel Martín Martínez, Team Manager del sector de General Ledger-Reporting del Daimler Group Services.

Dr Julio Navío Marco, Licenciado y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (ADE), Ingeniero de Telecomunicación, directivo en materia de

desarrollo de negocio, marketing y estrategia de diversas empresas del área de tecnologías de la información y las comunicaciones.

Dr. Jesús Morcillo Marco García, Controller Financiero de JANSEN-CILAG (división farmacéutica de Johnson&Johnson).

Dr. Carlos García-Gutiérrez Fernández, Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Complutense de Madrid, Exdirector de la Escuela de Estudios Cooperativos de la Universidad Complutense.

Dr. Juan Ramón Campos Blazquez. Profesor de la Universidad Autónoma de Madrid. Con más de 25 años de experiencia profesional en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, tanto en el entorno corporativo (Alcatel, Data General, Microsoft y Lucent Technologies) como en el del emprendimiento (Telisma, VIDA Software,...). Ha estado colaborando con organizaciones en proyectos de innovación, tales como, ALSA, Atento, Bankia, Bayer, 3M, Banc Sabadell, Campofrío (Sigma-Alimentos), CloudCoacher, Contenur, DKV, ECOVIDRIO, edp, El Corte Inglés, Ferrovial, FNAC, GTI, Iberdrola, Informa, Orange, Pullmantur, Volkswagen Finance, Grupo Zena, etc.

8. Finalización del Curso y obtención del Título

El Curso finaliza en **septiembre**. En ese momento se le enviará la calificación final con un certificado acreditativo provisional de haber realizado el mismo.

Si no ha superado alguna de las pruebas, el profesorado del Curso se pondrá en contacto con usted para efectuar una prueba extraordinaria.

La expedición del Título o Títulos definitivos acreditativos del Curso o Cursos que haya realizado corre a cargo de la Universidad, a través del Vicerrectorado de Formación Permanente.

9. Importe de los Cursos, forma de pago y ayudas

En la página desplegada por la UNED a que se ha hecho referencia anteriormente, pueden encontrarse otros datos de interés.

Los siguientes datos se han tomado de dicha página¹:

CURSOS				
Tipo Título	Título	Créditos ECTS	Precio Material	
EXPERTO	EXPERTO UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN GENERAL Y ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA	20	300,00 €	
EXPERTO	EXPERTO UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA	20	300,00 €	
EXPERTO	EXPERTO UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y MARKETING	20	300,00€	
MÁSTER	MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS (MBA)	60	-	

MÓDULOS				
Título	Créditos ECTS	Precio Módulo	Precio Material	
Dirección General y Estratégica de la Empresa	20	1.000,00 €	300,00 €	
Dirección Financiera de la Empresa	20	1.000,00 €	300,00 €	

¹ A modo de ejemplo:

- El coste del Curso de Experto en Dirección General y Estratégica de la Empresa es 1.000€ de matrícula más 300€ del material (1.300€).

- En cuanto al Máster, su coste es el de los tres Cursos a 1.000€ cada uno (3.000€) más los materiales de los tres módulos (300€ cada uno, es decir, 900€ en total). Por tanto, el coste del Máster (y los tres Cursos que lo integran) es 3.900 euros.

Título	Créditos ECTS	Precio Módulo	Precio Material
Dirección de la Producción y Marketing	20	1.000,00 €	300,00 €

El precio puede abonarse en su totalidad en el momento de la matrícula o en dos pagos: uno en el momento de la matrícula y el otro hacia la mitad del curso.

Existen ayudas que han de solicitarse en el momento de la matrícula. Tanto su concesión como su cuantía, en su caso, dependen de las circunstancias económicas del solicitante.

10. Prácticas en empresas

No es obligatorio, pero, si un estudiante dispone de alguna empresa en la que hacer prácticas y desea hacerlas, está previsto realizar un convenio con ella mediante un procedimiento ágil y sencillo. Los datos de contacto del Departamento de Prácticas son:

practicas.fpermanente@adm.uned.es

Teléfono 91-398-96-45 / 91-398-96-46

11. Contacto y consultas sobre el contenido de esta guía

Para cualquier consulta docente sobre el contenido de esta guía, diríjase al siguiente correo electrónico:

[**mba@cee.uned.es**](mailto:mba@cee.uned.es)

Los profesores no están al tanto de los detalles de las cuestiones administrativas como los trámites de matriculación. Como se ha señalado anteriormente, este tipo de consultas es preferible plantearlas en la

Fundación UNED, que es donde se realiza la matrícula y donde se gestiona administrativamente el MBA:

<https://www.fundacion.uned.es/contacto>