

*Una oportunidad
sin limites...*



Ingeniería en Administración de Empresas, con Especialización
en Dirección Estratégica de Marketing y Ventas

Ingeniería en Administración de Empresas, con Especialización en Dirección Estratégica de Marketing y Ventas



- La universidad
- Descripción del programa
- Objetivos
- Modelo educativo
- A quién va dirigido
- El valor de nuestra titulación
- Requisitos de admisión
- Duración y regimen de estudio
- Director del programa
- Programa académico
- Contenidos
- Material de estudio
- Calendario académico
- Costos y formas de pago
- Testimonios
- Datos de contacto

■ LA UNIVERSIDAD

La Universidad del Mar es una institución educativa Autónoma Chilena reconocida por el Estado con más de 20 años de vida. La institución cuenta con 15 sedes desde Arica a Punta Arenas en las que cursan más de 23 Mil alumnos siendo a la fecha una de las Universidades privadas con mayor población estudiantil de Chile.

La Universidad del Mar se encuentra certificada y acreditada ante el Comité Nacional de Acreditación de Chile CNA (Organismo dependiente del Ministerio de Educación), desde el año 2010 en Gestión y Docencia de Pregrado.

■ DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El Programa de Ingeniería en Administración de Empresas, con Especialización en Dirección Estratégica de Marketing y Ventas le permite al estudiante tener un completo espectro de la gestión empresarial y asimismo especializar su formación en el Marketing y Ventas.

La concentración en Marketing le dará las competencias específicas para determinar las necesidades del consumidor, traducir estas necesidades en productos y servicios y la venta eficiente de los mismos utilizando las técnicas más avanzadas.

■ OBJETIVOS

Objetivos genéricos de aprendizaje:

- Nuestros graduados pueden trabajar eficientemente en equipos
- Nuestros graduados tienen una excelente habilidad para resolver problemas
- Nuestros graduados utilizan eficientemente las tecnologías
- Nuestros graduados tienen buenas habilidades para el pensamiento crítico

Objetivos específicos de aprendizaje:

- Nuestros graduados entienden el contexto global de las empresas
- Nuestros graduados entienden la naturaleza multifuncional e interdisciplinaria de las empresas
- Nuestros graduados entienden y aplican conceptos de la administración de empresas
- Nuestros graduados manejan y aplican conceptos de Dirección de Marketing
- Nuestros graduados pueden implementar y ejecutar planes comerciales
- Nuestros graduados son capaces de dirigir equipos de ventas

■ MODELO EDUCATIVO

El ambiente de aprendizaje se desarrolla a través de un modelo centrado en la actividad del alumno, con fuerte componente pedagógico y apoyado por una sólida solución tecnológica.

No hay horarios de asistencia y es posible estudiar desde cualquier parte del mundo, solamente necesita una computadora con acceso a Internet.

Una de las grandes ventajas de esta forma de estudio es que posibilita hacer seguimiento a los cursos en sus tiempos disponibles, sin descuidar sus actividades cotidianas y sin importar el lugar en el que se encuentre.

Para desarrollar eficientemente el proceso de enseñanza - aprendizaje con el más alto nivel de calidad, U. del Mar aplica modernas técnicas pedagógicas basadas en competencias y hace uso exhaustivo de las nuevas tecnologías.

El proceso de enseñanza aprendizaje de la Universidad del Mar está sustentado en 5 pilares:

1. Campus virtual
2. Contenidos digitales
3. IPAD 2 con Wi-Fi y 3G más 13 EBooks
4. Tutores con trayectoria internacional
5. Evaluación, seguimiento y apoyo continuo

■ A QUIÉN VA DIRIGIDO

Los programas de continuidad de estudios van dirigidos a postulantes de cualquier parte del mundo, que cuenten con título de técnico otorgado por una Institución de Educación Superior reconocida por el Estado, así como también a personas que por diversos motivos hubieran abandonado sus estudios de Ingeniería, habiendo aprobado al menos cuatro semestres de la carrera en una Institución de Educación Superior reconocida por el Estado, ó a profesionales que cuenten con un título otorgado por Universidad reconocida por el Estado.

Dirigido a personas que busquen desarrollar sus conocimientos y habilidades en el área de finanzas y proyectos, mediante herramientas que permitan tomar decisiones acertadas, para administrar recursos, generar valor y asegurar la permanencia de una empresa en el mercado.

■ EL VALOR DE NUESTRA TITULACIÓN

A quienes cumplan los requisitos de aprobación del programa, la Universidad del Mar, Chile, les otorgará el Grado Académico de Licenciado y el Título Profesional de Ingeniero en Administración de Empresas, con Especialización en Finanzas y Gestión de Proyectos.

Los países en Convenio sobre Reconocimiento de Títulos con Chile son:

- Tratado Bilateral: Brasil, Colombia, Ecuador, España, Uruguay.
- Tratado Multilateral: Bolivia, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Perú.

La Universidad del Mar es Autónoma y se encuentra Acreditada Institucionalmente por la Comisión Nacional de Acreditación (Organismo dependiente del Ministerio de Educación de Chile)

■ REQUISITOS DE ADMISIÓN

De los programas de Ingeniería podrán participar interesados de distintos países que cuenten con Fotocopia legalizada ante notario/escribano o copia del original por la Institución Académica en la cual fue expedido, de alguno de los siguientes documentos:

1. Fotocopia del documento de Identidad (DNA, Cédula de Identidad o Pasaporte), el cual debe ser legible.
2. Ficha de Admisión debidamente llenada.
3. Fotocopia legalizada ante notario/escribano o copia original por la Institución Académica en la cual fue expedido, de alguno de los siguientes documentos:

- Del Certificado de Título de Técnico de una carrera de al menos 4 semestres de estudio, otorgado por una Institución de Educación reconocida por el Estado.
- De la concentración de notas (o certificado analítico), de al menos 4 semestres aprobados, en una carrera de Ingeniería dictada por una Universidad reconocida por el Estado

Casos Especiales:

- Podrán postular quienes posean el Grado Académico de Licenciado, Ingeniería, Magíster o Doctorado, otorgado por una Institución de Educación reconocida por el Estado, en el área respectiva de la carrera a la que postulan.

■ CONDICIONES DE APROBACIÓN

1. Aprobar cada uno de los 12 Módulos o Asignaturas del Plan de Estudios.
2. Confeccionar y Aprobar la Tesis de Grado.
3. Rendir y Aprobar el Examen de Grado (que podrá ser rendido mediante videoconferencia).

■ DURACIÓN Y REGIMEN DE ESTUDIO

La Ingeniería en Administración de Empresas, con Especialización en Dirección Estratégica de Marketing y Ventas tiene una duración de 4 semestres (3 semestres lectivos y uno para el proceso de graduación).

Esta compuesta por: 12 módulos o materias y cada uno de ellos se desarrolla en un periodo de 6 semanas.

Adicionalmente se considera al inicio del programa un curso de inducción al modelo online y campus virtual con duración de una semana y una semana de receso al concluir cada materia o módulo.

El régimen de estudio semanal es en promedio de 15 horas, esta carga horaria puede variar en función a la experiencia del alumno en la temática de la materia o módulo en curso.

■ DIRECTOR DEL
PROGRAMA

David Orellana Daube (Chile)



Candidato Doctor en Relaciones Internacionales, IDEA, USACH (Universidad de Santiago de Chile) MBA, Magister en Administración y Dirección de Empresas, USACH Ingeniero Comercial, Licenciado en Administración de Empresas, USACH Electrónico, Universidad Técnica Federico Sta. María, Valparaíso – Chile.

Amplia experiencia académica. Director de Postgrado: Administración Estratégica en Educación Universidad de Santiago de Chile. (1998 al 2008), Gestión Internacional de Empresas, USACH (2000-2008)

Director Diplomado Apyme: Universidad Arcis, Santiago, desde 2005.
Conferencista / Expositor: Universidad de Santiago de Chile; Universidad Internacional SEK; Universidad Marítima de Chile; Academia de Guerra de la Armada de Chile; Asexma Chile; Universidad Católica del Norte; Indura SA; Universidades en Bolivia y Colombia; Zonda International, Rechina; SENA, Colombia.

Director de Postgrado: Administración Estratégica en Educación Universidad de Santiago de Chile. (1998 al 2008), Gestión Internacional de Empresas, USACH (2000-2008)

Consultor/Asesor: Sercotec, Asexma Chile; Cepri; BID; Innovo USACH.

■ PROGRAMA ACADEMICO

La Ingeniería en Administración de Empresas, con Especialización en Dirección Estratégica de Marketing y Ventas está compuesta por las siguientes materias o módulos:

Sigla	Módulo	Prerequisitos
-------	--------	---------------

Primer Periodo - Administración de Empresas

IMV-111	Fundamentos de Gestión Empresarial	NINGUNO
IMV-112	Principios Financieros Contables	NINGUNO
IMV-113	Gestión de Recursos Humanos	NINGUNO
IMV-114	Tecnologías de Información en la Empresa	NINGUNO
IMV-115	Principios y aplicación del Marketing	NINGUNO
IMV-116	Estrategia empresarial	NINGUNO

Segundo Periodo - Dirección Estratégica de Marketing y Ventas

IMV-211	Comportamiento del consumidor	IMV-115
IMV-212	Marketing de Servicios	IMV-115
IMV-213	Marketing Estratégico y Operativo	IMV-211
IMV-214	Segmentación de Mercados	IMV-211
IMV-215	Administración de Ventas	IMV-115
IMV-216	Marketing Internacional	IMV-215
DPT-IMV	Proceso de Graduación	TODAS

3.- Proceso de Graduación

El proceso de graduación tiene una duración de 15 semanas (se realiza íntegramente en modalidad online) y está dividido en las siguientes etapas:

1. Conformación de Grupo de Trabajo.
2. Planificación de Plan de Trabajo.
3. Elaboración de Plan de Trabajo.
4. Defensa Oral Plan de Trabajo (Se realiza a través de videoconferencia)

■ CONTENIDOS I

ADM-111 Fundamentos de Gestión Empresarial

1. Gestión y administración de organismos sociales productivos
2. La empresa
3. Teorías generales administrativas
4. Teoría general de sistemas
5. Administración por objetivos
6. Los recursos humanos
7. Desarrollo organizacional
8. Teoría de la calidad
9. La gerencia y el proceso administrativo
10. Planeación, organización, dirección y control

ADM-112 Principios Financieros Contables

1. Introducción a la contabilidad
2. Organización y decisiones gerenciales
3. Contabilidad y contaduría pública
4. Contabilidad financiera
5. Estados financieros: Análisis e interpretación
6. Dinámica de las cuentas y proceso contable

ADM-113 Gestión de Recursos Humanos

1. Las personas y las organizaciones
2. La administración de recursos humanos
3. Reclutamiento de personal
4. Selección de personal
5. Diseño de puestos
6. Evaluación del desempeño
7. Entrenamiento y desarrollo de personal
8. Desarrollo organizacional

■ CONTENIDOS II

ADM-114 Tecnologías de Información en la Empresa

1. Tecnologías de información en los negocios
2. Infraestructura de las tecnologías de información
3. Tecnologías de información para la toma de decisiones
4. Enfoques para la adquisición de tecnologías de información

ADM-115 Principios y aplicación del Marketing

1. El campo del Marketing
2. Los mercados globales y el marketing
3. Mercados de consumo y comportamiento de compra
4. Segmentación de mercados
5. Investigación de mercados
6. Planeación y desarrollo de productos
7. Marketing de servicios
8. Determinación del precio
9. Canales de distribución

ADM-116 Estrategia empresarial

1. El proceso de administración estratégica
2. Análisis externo e interno
3. Construcción de ventajas competitivas
4. Estrategia en el ambiente global
5. Implementación de la estrategia

■ CONTENIDOS III

IMKT-211 Comportamiento del consumidor

1. Perspectiva del comportamiento del consumidor
2. Afectos, cognición y estrategia de marketing
3. Comportamiento y estrategia de marketing
4. Ambiente y estrategia de marketing
5. Análisis del consumidor

IMKT-212 Marketing de Servicios

1. Fundamentos para el marketing de servicios
2. Comportamiento, expectativas y percepciones del cliente
3. Requerimientos y relación con el cliente
4. Innovación y diseño del servicio
5. Entrega y desempeño del servicio
6. Fijación de precios de servicios

IMKT-213 Marketing Estratégico y Operativo

1. Gestión orientada al mercado
2. Análisis de las necesidades del cliente
3. Comportamiento de compra del cliente
4. Análisis de la segmentación de mercado
5. Formulación de una estrategia de marketing
6. Gestión de marca
7. Decisiones de los canales de distribución
8. Plan de marketing estratégico y operativo

■ CONTENIDOS IV

IMKT-214 Segmentación de Mercados

1. Definición y segmentación de mercados
2. Variables geográficas y demográficas
3. Variables de posición del usuario
4. Segmentación de grupos especiales e industriales
5. La globalización de mercados
6. Desarrollo de mercados

IMKT-215 Administración de Ventas

1. Formulación del programa de ventas
2. Vinculación de la estrategia y el papel de las ventas
3. Organización del esfuerzo de ventas
4. Implementación del programa de ventas
5. El desempeño del vendedor
6. Como motivar a la fuerza de ventas
7. Reclutamiento y selección de la fuerza de ventas

IMKT-216 Marketing Internacional

1. Fundamentos del marketing internacional
2. El entorno cultural de los mercados globales
3. Evaluación de las oportunidades en el mercado global
4. Desarrollo de estrategias globales de marketing
5. Evaluación de las oportunidades en el mercado global

■ CONTENIDOS V

IPGD-311 Proceso de Graduación

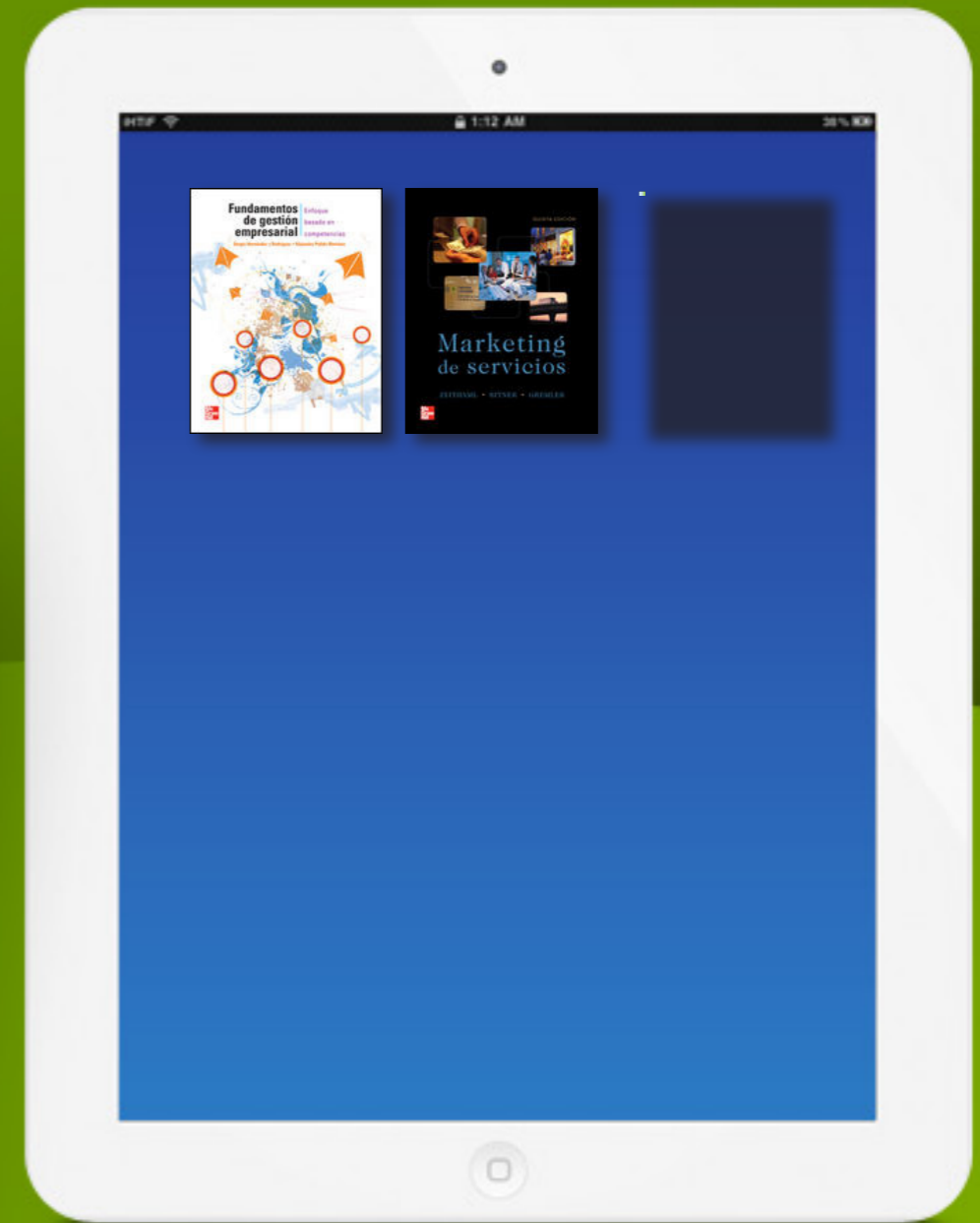
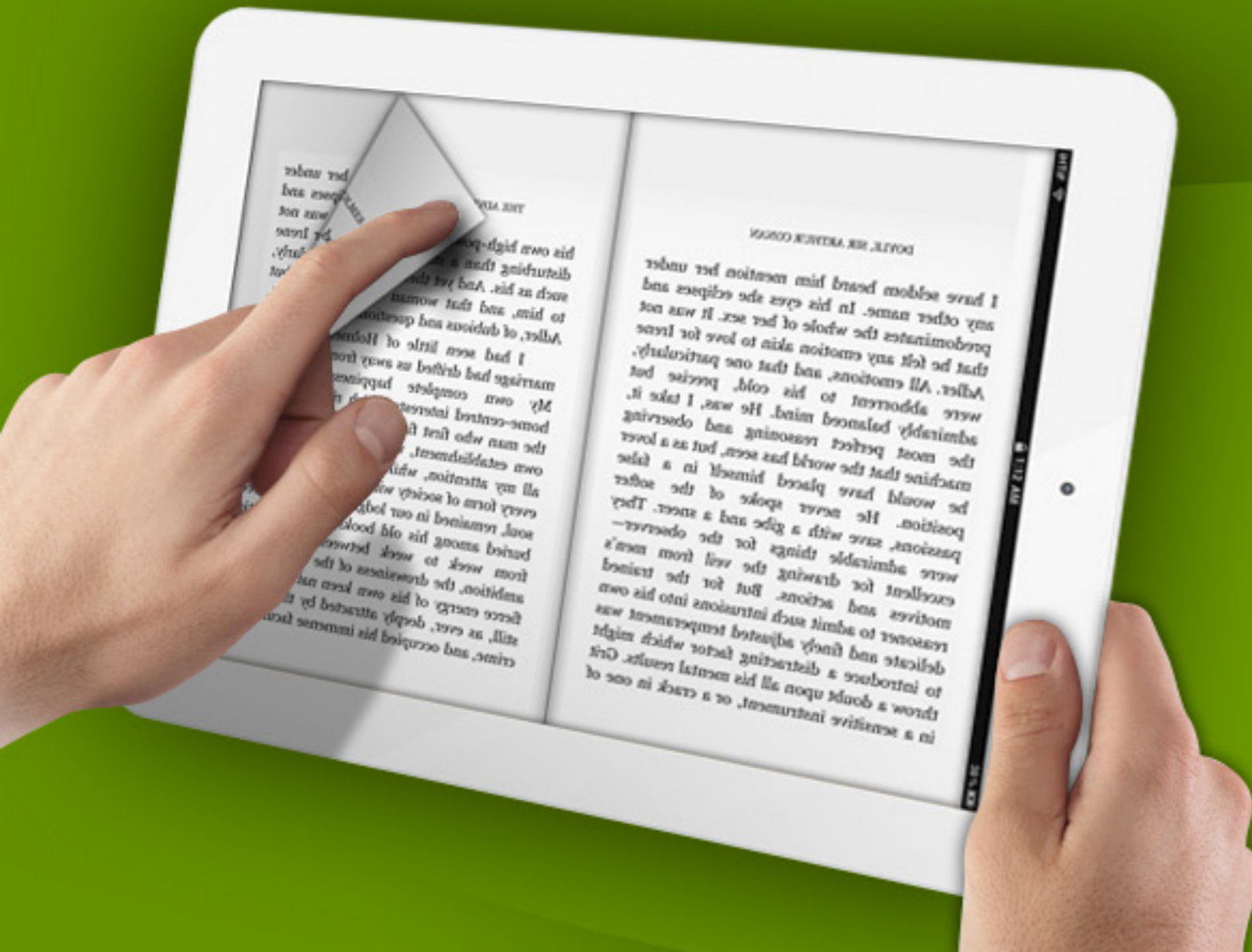
En esta asignatura, se estudia con detalle la metodología de la investigación, dando los lineamientos precisos para el desarrollo de la tesis, posteriormente se desarrolla el trabajo final del grado en cada una de sus partes. Planteamiento del problema: objetivos, preguntas de investigación y justificación del estudio. Elaboración del marco teórico: revisión de la literatura y construcción de una perspectiva teórica. Definición del alcance de la investigación a realizar: exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa. Formulación de hipótesis. Diseños de investigación. Selección de la muestra. Recolección de los datos. Análisis de los datos. Elaboración del reporte de investigación.

MATERIAL DE ESTUDIO

iPad 2 más libros en formato digital.

La tecnología más avanzada para apoyar el proceso de capacitación.

Todos los alumnos matriculados en el Programa, recibirán un iPad 2 con Wi-Fi y 3G más los EBooks y el software necesario para desarrollar eficientemente el proceso de formación.



ADM-111 Fundamentos de Gestión Empresarial



Título: Fundamentos de Gestión Empresarial
Edición: 1^{ra}
Autor: HERNANDEZ
ISBN: 9786071506160
Año de publicación:2011

ADM-112 Principios Financieros Contables



Título: Principios de Contabilidad
Edición: 4^{ta}
Autor: ROMERO
ISBN: 9781615022878
Año de publicación:2010

ADM-113 Gestión de Recursos Humanos



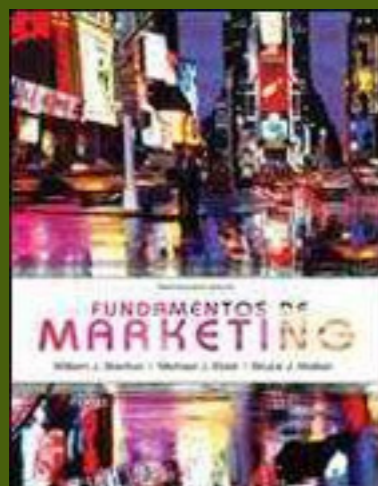
Título: Administración de Recursos Humanos
Edición: 8^{va}
Autor: CHIAVENATO
ISBN: 9781615023356
Año de publicación:2010

ADM-114 Tecnologías de Información en la Empresa



Título: Tecnologías de la Información en Negocios
Edición: 5^{ta}
Autor: COHEN
ISBN: 9781615023769
Año de publicación:2010

ADM-115 Principios y aplicación del Marketing



Título: Fundamentos de Marketing
Edición: 14^{va}
Autor: STANTON
ISBN: 9781615023974
Año de publicación:2011

ADM-116 Estrategia empresarial



Título: Administración Estratégica
Edición: 8^{va}
Autor: HILL
ISBN: 9781615023660
Año de publicación:2010

IMKT-211 Comportamiento del consumidor



Título: Comportamiento del Consumidor y Estrategia MKT
Edición: 7^{ma}
Autor: PETER
ISBN: 9786071501523
Año de publicación:2008

IMKT-212 Marketing de Servicios



Título: Marketing de Servicios
Edición: 5^{ta}
Autor: VALERIE ZEITHALM
ISBN: 9789701072776
Año de publicación:2009

IMKT-213 Marketing Estratégico y Operativo



Título: Marketing Estratégico y Operativo
Edición: 2^{da}
Autor: LAMBIN
ISBN: 9781615022236
Año de publicación:2009

IMKT-214 Segmentación de Mercados



Título: Segmentación De Mercados
Edición: 3^{ra}
Autor: FERNANDEZ
ISBN: 9781615023721
Año de publicación:2010

IMKT-215 Administración de Ventas



Título: Administración de Ventas
Edición: 9^{na}
Autor: JOHNSTON
ISBN: 9781615023516
Año de publicación:2010

IMKT-216 Marketing Internacional



Título: Marketing Internacional
Edición: 5^{ta}
Autor: WARREN
ISBN: 9786074423396
Año de publicación:2009

IPGD-311 Proceso de Graduación



Título: Metodología de la Investigación
Edición: 5^{ta}
Autor: HERNANDEZ
ISBN: 9781615022885
Año de publicación: 2011

Sigla	Módulo	Fecha Inicio	Fecha Final
IND-100	Inducción al Campus Virtual	11-Abr-2012	17-Abr-2012

Primer Periodo - Administración de Empresas

IMV-111	Fundamentos de Gestión Empresarial	25-Abr-2012	05-Jun-2012
IMV-112	Principios Financieros Contables	13-Jun-2012	24-Jul-2012
IMV-113	Gestión de Recursos Humanos	01-Ago-2012	11-Sep-2012
IMV-114	Tecnologías de Información en la Empresa	19-Sep-2012	30-Oct-2012
IMV-115	Principios y aplicación del Marketing	07-Nov-2012	18-Dic-2012
IMV-116	Estrategia empresarial	16-Ene-2013	26-Feb-2013

Segundo Periodo - Dirección Estratégica de Marketing y Ventas

IMV-211	Comportamiento del consumidor	06-Mar-2013	16-Abr-2013
IMV-212	Marketing de Servicios	24-Abr-2013	04-Jun-2013
IMV-213	Marketing Estratégico y Operativo	12-Jun-2013	23-Jul-2013
IMV-214	Segmentación de Mercados	31-Jul-2013	10-Sep-2013
IMV-215	Administración de Ventas	18-Sep-2013	29-Oct-2013
IMV-216	Marketing Internacional	06-Nov-2013	17-Dic-2013

Proceso de Graduación

15-Ene-2014	13-May-2014
-------------	-------------

COSTOS Y FORMAS DE PAGO

El precio total del Programa es de 5,950 US\$ (Cinco mil novecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América), a depositarse en las cuentas bancarias autorizadas por la Universidad del Mar.

Los pagos deben realizarse con la debida anticipación a fin de que los materiales de estudio sean enviados oportunamente al estudiante previamente al inicio de clases. Las cuentas bancarias autorizadas por la Universidad del Mar son:

Cuenta en Pesos Chilenos:

Banco Itau
Nombre: Universidad del Mar
Cuenta Corriente N° 0200834423

Cuenta en Dólares Americanos:

Banco Scotiabank
Nombre: Universidad del Mar
Cuenta Corriente N° 0-9097-00977-40

Para realizar transferencias del Exterior:

Beneficiario:	UNIVERSIDAD DEL MAR
Dirección completa del beneficiario:	AMUNATEGUI 1838 BARRIO RECREO VIÑA DEL MAR CHILE
País del beneficiario:	CHILE
Banco:	BANCO SCOTIABANK
Dirección y país del banco:	CALLE PRAT N ° 762 VALPARAISO CHILE
Código Swift Banco:	BKSACLRM ALL OFFICCE
Cuenta corriente del beneficiario:	0-9097-00977-40

Pagos con tarjeta de crédito:



Nombre Completo: ZHARA FEDERICA FLAVIANI ALVAREZ

País: Venezuela – Maracaibo

Testimonio: La experiencia es enriquecedora 100% el programa requiere de compromiso por parte del participante, la atención que prestan los tutores es incondicional y puntual a la hora de responder a las inquietudes y calificar cada una de las actividades. En mi desarrollo en el programa me he sentido comprometida con mis actividades, las cuales han desarrollado habilidades para llevarlas a cabo.

Nombre Completo: PAUL OMAR COLLANTES VALAREZO

País: Ecuador – Quito

Testimonio: Considero que el Programa es muy bueno por la constante interacción en los foros con alumnos de diversos países.

Los módulos que he tomado hasta el momento me han servido para conocer sobre temas que en mi carrera nunca los había estudiado. Incluso me han servido para abrir más mi perspectiva en lo que respecta al mundo de las empresas.

La interacción con los tutores y el personal académico es precisa y rápida. Mi consejo para las personas que deseen tomar este programa es que se comprometan con el estudio, organicen su tiempo, tengan una buena y rápida conexión al internet (les ahorra mucho tiempo), y que les guste leer bastante.

Nombre Completo: JUAN CARLOS SOCHA PALMA

País: Colombia – Bogotá

Testimonio: Para mi ha sido una experiencia enriquecedora, que me ha llevado a la aplicación de nuevos métodos y prácticas para el aprovechamiento del tiempo y lograr resultados eficientes en el aprendizaje. Poder compartir el entorno virtual con estudiantes de otras nacionalidades, es un valor agregado para el Programa. Los variados puntos de vista, entornos de trabajo y experiencias de todos los participantes, son una poderosa fuente de conocimiento técnico y posibilita también el intercambio cultural. Sin duda es una gran experiencia..

Nombre Completo: GALO FABIAN CEDEÑO RAMIREZ

País: Ecuador - Ambato

Testimonio: En realidad la educación Online es una excelente opción, en mi caso en particular, debido a que no tengo que estar sujeto a horarios implantados; gracias a las ventajas de herramientas tecnológicas como el internet he podido cumplir hasta el momento con todos los objetivos planteados (tareas, foros, evaluaciones) sin ningún inconveniente, de igual manera el apoyo por parte de los tutores y en la parte académica ha sido incondicional.

El nivel de enseñanza-aprendizaje es excelente, ya que se ha podido compartir y discutir diversos criterios y experiencias de casos reales con los demás compañeros.

Nombre Completo: LUISA FERNANDA VALDERRAMA ARIAS

País: Colombia – Barrancabermeja

Testimonio: Quiero compartirles mi opinión sobre el desarrollo del Programa, considero que la educación a distancia es más autónoma, independiente y hasta interactiva (tecnológicamente hablando) que el tradicional. No significa que la educación tradicional presencial, deje de ofrecer también un sin número de beneficios, sin embargo de acuerdo a nuestro status actual y por nuestra vida familiar y de trabajo no es posible retornar a un aula.

Para mí ha sido muy enriquecedor esta nueva etapa que he iniciado, donde se afianzan nuestros conocimientos y poder ponerlos en práctica en nuestro entorno laboral y personal

Para cerrar mis comentarios comparto mensaje que considero importante para todas las personas que están interesadas en participar en un programa de estudio a distancia o que ya se encuentran desarrollando: “La clave del éxito es la dedicación, el esfuerzo y la autodisciplina” Definitivamente si que lo son cuando inicias un estudio en una plataforma virtual (Uonline), pues realmente es un reto enorme en el cual debes trabajar continuamente para alcanzar los objetivos trazados. Si bien es cierto, hay un curso muy bien planificado y estructurado y un tutor pendiente a resolver cualquier duda que presenten, lo cierto es que el éxito del curso dependerá exclusivamente del alumno. Sin embargo, todos sabemos que sin esfuerzo no se puede lograr nada importante.

■ DATOS DE CONTACTO

Para más información acerca del programa y otras actividades ingrese a:



www.uonline.cl

El personal administrativo y académico de la Universidad del Mar estará pendiente de sus consultas.

Dieciocho 226, Santiago Centro
Santiago de Chile
Telf.: 56-32-3148508
Email: info@uonline.cl
www.uonline.cl

