

Educación Ejecutiva 2011:

Curso de Posgrado en Management Estratégico **- Estrategias Aplicadas -** 27ª Edición

Introducción

Quienes pretendan comprender la **complejidad de los negocios**, quienes asuman el reto de la velocidad del **cambio** como constante, quienes busquen el **liderazgo** como motor de crecimiento de las Organizaciones o quienes desafíen las reglas establecidas a lo largo de la historia de la administración, hacen del **Management** el vehículo para la gran **transformación** que los tendrá como actores en esta nueva Economía.

El mundo de los negocios está cambiando a un ritmo muy acelerado. El pensamiento y la acción no pueden estar en estadios temporales diferentes. La mayoría de los empresarios y algunos analistas todavía poseen **modelos mentales** lineales, donde todo efecto es producido por alguna causa mediática, se sienten atraídos por este tipo de pensamiento, creen que el contexto se presenta en orden y que es previsible su evolución, por lo tanto la planificación se torna adaptativa y direccional.

En este presente, complejo y cambiante, debemos **imaginar el futuro**, crearlo, percibirlo, diseñarlo, debemos pensarlo como algo no continuo e imprevisible. Para captar este futuro incierto debemos crear técnicas diferentes, desarrollar **herramientas** nuevas y proponer una sistemática de análisis, totalmente dinámica, proactiva y singular.

Para esta realidad global hemos creado una **metodología sistémica e innovadora** para el análisis y la formación de la **estrategia** empresarial, adecuada para el contexto **Argentino**. Un conjunto de herramientas para anticiparse a los cambios del futuro, incorporando en forma pragmática, las nociones de marco estratégico, **habilidades gerenciales**, lógica operativa, el aprendizaje dinámico y modelos mentales.

Objetivo

Que el participante pueda desarrollar sólidas bases metodológicas para el armado de Estrategias en distintos tipos de Negocios.

Que incorpore herramientas específicas para:

- Analizar los sectores industriales.
- Armar y poner en marcha Estrategias Corporativas y de Negocios.
- Resolver con Creatividad los problemas organizacionales.
- Desarrollar e implementar Negocios Innovadores.
- Liderar Equipos proactivos, comprometidos y eficaces.
- Aplicar los nuevos conceptos del Marketing Estratégico.
- Llevar a cabo Negociaciones efectivas.
- Entender la Dinámica de Sistemas como forma de pensamiento estratégico.
- Aprender mediante el análisis de Casos, la Simulación de negocios y el Role-playing.

Dirigido a

- Empresarios, Directores, Gerentes y responsables de áreas de empresas grandes y PyMEs.
- Emprendedores y Asesores.
- Profesionales de carreras no económicas con responsabilidades de negocios y/o gestión. Ingenieros, Arquitectos, Contadores, Abogados, Lic. en Sistemas, Diseñadores, Economistas, Lic. en RR.HH., Periodistas y Comunicadores, Lic. en Comercio Exterior, Bioquímicos, Médicos, Psicólogos, Lic. en Turismo, Escribanos, Agrimensores, Odontólogos, Lic. en Publicidad, Veterinarios, Farmacéuticos, Sociólogos, Lic. en RR.PP., Traductores, Lic. en Ciencias Políticas.
- A todos aquellos que acreditando experiencia probada en el campo empresarial, quieran profundizar su aprendizaje en Management Estratégico o transformar su desarrollo profesional.

Metodología

El Curso de Posgrado desarrolla el requerido marco teórico sobre los últimos conceptos del Management Estratégico, al mismo tiempo que aporta herramientas específicas y activas y un enfoque práctico e interactivo a través de dinámica de equipos, discusiones de opinión y resolución de problemáticas empresariales.

En el presente programa, se trabajará con los siguientes conceptos:

- Modelos Dinámicos de Estrategia.
- Los nuevos negocios: competitivos, hipercompetitivos y cooperativos.
- Análisis de casos.
- Simulación de negocios.
- Gestión del conocimiento.
- Teoría del caos.
- Creatividad aplicada a los negocios.
- Pensamiento sistémico.
- Role-playing.
- Negociación, trabajo en equipo y liderazgo.
- Cambio de paradigmas.
- Videos.
- Aprendizaje Lúdico.

Programa

Módulo 1: Herramientas de Management.

Paradigmas y modelos mentales. La empresa y el contexto. Management operativo. Nuevo concepto de estructura. Cadena de valor agregado. Definición de sectores industriales. Planeamiento, prospectiva y diversificación. Las etapas del valor económico. Management estratégico. Estrategia competitiva. Cadena de valor. Las ventajas competitivas. Estrategias de Posicionamiento desde la oferta y desde la demanda. Análisis de negocios. Ciclo de vida del producto. Estrategias de entrada a los sectores competitivos. **Role-playing. Caso de aplicación.**

Módulo 2: La Visión Sistémica de la Empresa.

La empresa como sistema dinámico. El modelo del iceberg. Leyes y reglas facilitadoras del pensamiento sistémico. Círculos de influencia. Procesos reforzadores y compensadores. El principio de palanca. Arquetipos sistémicos. Motor de crecimiento. Frenos y aceleradores. Teoría del caos. Teoría de la complejidad. Salvar las Paradojas. Las leyes del caos. Sistemas caóticos. Atractores. Fractales. Efecto mariposa. Patrones. Puntos de inflexión. Fuerzas 10x. Auto-organización. **Caso de aplicación.**

Módulo 3: La Competencia en los Nuevos Escenarios.

Las nuevas economías. Competir desde el futuro. Anticipar y crear el futuro. Gen cognitivo y diversidad de competencias: desaprendizaje estratégico. Cuota de oportunidad. Propósito estratégico y visión. Competencias centrales. Hipercompetencia. Enfoque dinámico de la estrategia y las ventajas competitivas. Arenas competitivas. Paradojas y nuevos objetivos. Modelos de negocio y valor. Prioridades del cliente. Migración de valor: fases, tipos, creación de valor. Visión radar para el análisis competitivo. Coopetencia: superación de la lógica competitiva y cooperativa. Teoría de los juegos. Red de valores: jugadores, roles y relaciones. Complementadores y complementos. Océanos azules. **Caso de aplicación.**

Módulo 4: Construcción de la Estrategia Empresarial.

Avanzando hacia el moderno concepto de estrategia. Formación de la estrategia. El nuevo juego de los negocios. Modelo sistémico y dinámico de implementación estratégica. Preconceptos y realidades. Misión. Marco estratégico. Visión. Posicionamiento dinámico y estrategias para lograrlo. Impulsores. Objetivos y trayectorias estratégicas. Emergente organizacional. Aprendizaje colectivo. Transformación estratégica. Dirección estratégica y performance relativa. Fuerza impulsora y campo estratégico. Ejecución de la estrategia. Utilidad estratégica del tablero de comando. Escaleras y palancas para el crecimiento. Propuesta de valor. La organización proactiva. **Caso de aplicación.**

Módulo 5: Creatividad Aplicada a las Empresas.

Superando nuestros paradigmas. ¿Cómo pensamos? Orígenes de la creatividad. Tipos de inteligencia. Creatividad e innovación. La creatividad en la empresa: ¿por qué innovar? Elementos constitucionales de la creatividad. Bloqueos de la creatividad. Proceso de resolución creativa de problemas. Convergencia y divergencia. La actitud creativa. Mind mapping. Brainstorming. Técnicas auxiliares. Analogías. Matriz de carteras y matriz de criterios. **Taller presencial en el aula.**

Módulo 6: Negociación Inteligente.

Resolución de conflictos: caminos y obstáculos. Estilos de negociación. Perfil del negociador. Actitud negociadora. Comunicación verbal, gestual y corporal. Motivaciones. Elementos de la negociación: poder, información y tiempo. Organización y etapas de la negociación. Tácticas y técnicas de negociación. Harvard Negotiation Project. Taller de negociación. **Casos de aplicación y taller presencial en el aula.**

Módulo 7: Emprendimiento de Nuevos Negocios.

Estrategias en mercados nacientes. Estrategias de ingreso en nuevos negocios. Entrepreneurship. Idea del negocio. Equipo necesario. Dinámica de los emprendimientos. Definición del negocio. Plan de negocio. Armado del plan. Descripción del producto. Análisis de la demanda. Análisis de la oferta. Análisis del contexto. Escenarios. Management y Estrategia. Know-how y Operaciones. Producción y Logística. Análisis económico-financiero de nuevos negocios. Armado de la empresa. Management team. Propuesta a inversores. Valuación de la empresa. **Casos testigos de planes de negocios.**

Módulo 8: Marketing Estratégico.

Concepto, alcance y oportunidad del marketing y el marketing estratégico. Rompiendo el paradigma del marketing tradicional. Definición amplia del mercado. Modelo de negocios. Necesidades de los clientes. Las múltiples ópticas del producto. Producto/servicio. Segmentación del mercado. Nuevos segmentos rentables. El mercado en Argentina. Marketing para la lealtad de nuestros clientes. Lealtad y satisfacción. La creación de valor. Nuevas tendencias: los apellidos del marketing. Marketing para fabricantes y para distribuidores. Category Management. Investigación de mercado. Bases de datos. Marketing de la marca. Marketing de experiencias. Quién hace marketing en las empresas. Estrategias comerciales en Internet. **Micro-casos.**

Módulo 9: El nuevo Liderazgo y Trabajo en Equipo.

La gestión y el liderazgo. Jefes y líderes. Evolución del concepto de liderazgo. Estilos. El liderazgo y la cultura. Análisis del estilo propio de liderar. El grupo y el equipo: diferencias, evolución de los grupos hasta convertirse en equipos. Cohesión grupal. La estructura informal en la dinámica grupal. Roles funcionales y disfuncionales, su impacto en la dinámica de grupos. Normas grupales. Pensamiento grupal. **Taller presencial en el aula.**

El Curso de Posgrado en Management Estratégico tiene asignadas más de 25 horas fuera del aula, para la recopilación de datos, armado de las propuestas y exposición de los distintos "Casos" que cada módulo tiene como cierre del dictado teórico y los trabajos exigidos para la aprobación del curso (examen sobre caso argentino, simulación de negocios y trabajo de aplicación)

Trabajo de Aplicación: trabajo grupal de implementación de los contenidos de los diversos módulos a la situación de: su empresa actual, un proyecto futuro o un tercero a analizar. No es un trabajo teórico, aunque sí con base teórica. La flexibilidad es amplia, para que los alumnos se inclinen hacia aquello que creen que puede darles mayores frutos, ya sea por su actividad, por su desarrollo personal, por su formación y/o por la vocación por los temas expuestos. El objetivo es que les sirva, les interese y sean activos en su capacitación. Se evaluará la aplicación de los conceptos y metodologías. Su realización estará tutelada por los responsables del Curso de Posgrado.

Director Académico

- CERUTTI, Fernando

Director de Lighten (Management and Marketing Consulting) Fundador y Director de Fundación Denuo - Para la Innovación y la Excelencia en Ciencia y Tecnología. Licenciado en Administración (UBA) Posgrado en Identidad e Imagen Corporativa (UB) Director del Posgrado en Management Estratégico y del Diplomado Internacional en Management Estratégico de la Universidad de Belgrano. Director del Posgrado en Management Estratégico que se dicta en la Fundación Magíster de Tucumán y Salta. Profesor de *Estrategias Empresarias I*, en el MBA Full Time de la Universidad de Belgrano.

Director Ejecutivo y Miembro Fundador de S.L.A.D.E ARGENTINA. Miembro de la Sociedad Latinoamericana de Estrategia (S.L.A.D.E) Ex-Coordinador y consultor en la etapa de focalización de Ideas de Negocios del programa de micro-emprendimientos de LEATID – BID (Banco Interamericano de Desarrollo)

Fue creador y Director del Posgrado en *Estrategia de Negocios* de la Universidad de Belgrano. Profesor de *Planeamiento a Largo Plazo* en la Universidad de Buenos Aires. Profesor de *Administración General* en la Universidad de Belgrano. Profesor Titular de *Política de Negocios y Competitividad* en la Universidad de Palermo. Profesor de *Management de Nuevos Negocios* y de *Administración* en la Universidad de Palermo. Profesor de *Fundamentos del Management* y de *Creatividad* en el MBA de la Universidad de Palermo.

Consultor y capacitador en las siguientes empresas: AGEA-Clarín, Worest (Entertainment y Casinos), Unilever - Molinos Río de la Plata, MONY Group (EE.UU.), Corpomédica, Portantino, Contacto Profesional punto com, AdePFCh (Asociación de Productores Forestales del Chaco), Tolder, Estudio Percovich de Uruguay, AMIA, Distripaper, Jomsalva, ElectroGremio, Ariel Job Center, MTA, entre otras grandes, medianas y pequeñas empresas del país y del exterior.

Consultor y capacitador en: Estrategias Competitivas, Management Estratégico, Marketing Estratégico, Gestión del conocimiento, Técnicas de Atención al Cliente, Cambio Organizacional, Elaboración de Planes de Corto, Mediano y Largo Plazo e Investigaciones de Mercado, Investigación e Inteligencia de Mercados, Business Plan, Desarrollo de Canales de Distribución, Desarrollo e Implementación de Sistemas de Franchising.

Ha dado charlas y seminarios en Argentina, Bolivia, Uruguay, Paraguay, Ecuador, México y Estados Unidos, en los siguientes temas: Paradigmas y modelos mentales, Estrategia, Marketing sin recursos, Plan de Negocios, y Franchising, en ámbitos nacionales e internacionales. Se desempeñó como Gerente de Franchising y Gerente Marketing de Tolder S.A. Se desempeñó en la Gerencia de Planeamiento de La Caja de Ahorro.

PROFESORES

- Genesin, Teresa

Licenciada en Organización de Empresas (UADE), Psicóloga Social, Mediadora y Coach. Consultora Senior Asociada de Proaxion Mkt. Directora y Profesora del Curso de Posgrado "Conducción Gerencial", de la Universidad de Belgrano. "Conducción Gerencial" fue seleccionado para ser dictado en Ecuador con el nombre de "Top Management", entre el 2002 y 2003. Forma parte del staff de los Cursos de Posgrado: Diplomado en Business Administration, Agronegocios, Gerenciamiento Bancario y Management Estratégico, dictados en el Departamento de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano.

Profesora Titular de *Negociación Comercial y Comportamiento del Consumidor*, de la Licenciatura en Comercialización de la Universidad del Salvador. Profesora Titular de *Comportamiento del Consumidor*, de la Licenciatura en Comercialización de la Universidad Católica de Santiago del Estero. Profesora Adjunta de *Administración General* en la Cátedra del Dr. Serra, de la Universidad de Buenos Aires. Capacitadora de UNILEVER. Instructora de empresas nacionales y multinacionales. Escribe sobre temas de su especialidad en distintos medios periodísticos.

- KRESTOL, Eduardo

Licenciado en Psicología (UBA) Consultor y capacitador especializado en el área de Creatividad e Innovación Organizacional y en la construcción de equipos de alto rendimiento. Profesor de la Graduate School of Business de la Universidad de Palermo y de la Universidad de San Martín. Autor de diversos artículos sobre Creatividad publicados en revistas especializadas. Su tarea la ha desarrollado en empresas como Deloitte, Banco Galicia, American Express, Clarín, Sony, Adidas, Edenor, Alto Palermo, Bagó, Akzo Nobel, Axa Seguros, entre otras.

- BARBERO, Rafael

Licenciado en Sistemas (UTN) Ha realizado estudios de posgrado en Estrategia de Negocios en la Universidad de Belgrano y en el Instituto de Altos Estudios (IAE) Ex-Director de la "Licenciatura en Administración" en la Universidad de Palermo. Profesor de *Administración Estratégica* de la Universidad de Palermo y de la Universidad de La Plata. Se ha desempeñado como Gerente de Sistemas en Price Waterhouse & Co. y en el Banco Francés.

Consultor especializado en Estrategia de Negocios y Puesta en práctica de la estrategia, Proyectos de Reingeniería y Reconversión, Diseño e Implementación de Planes de Negocios y Conducción de procesos de Cambio. Ha asesorado a empresas como Repsol-YPF, Banco Bilbao Vizcaya, Honda Argentina, Motorola, Royal Caribbean, ISS Argentina, Adecco, Search, Securitas de Argentina, KSB, Torneos y Competencias, Del Campo Nazca Saatchi & Saatchi, entre otras.

- SESIA, Omar Adrián

Director de Lighten (Management and Marketing Consulting) Master en Ingeniería de la Innovación (Università di Bologna). Licenciado en Administración, especializado en Comercialización (UBA) Profesor Titular de *Emprendimiento de Negocios*, en el Master in Business Administration en la Universidad de Concepción del Uruguay.

Ha escrito numerosos artículos y ha presentado sus trabajos en congresos y seminarios nacionales e internacionales. Miembro del Cuerpo Docente de las *Jornadas de Innovación Empresarial*. Ha sido consultor de la CNA, Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, en Italia.

Consultor en temas de Estrategia Competitiva, Marketing y Management, especialista en el Emprendimiento de nuevos negocios, desarrollo de Business Plans, Innovación y Creatividad. Ha trabajado en el asesoramiento de las siguientes empresas: Diario Clarín AGEA, Caro Cuore, Portsaid, Galerías Pacífico, Gravedad Zero, IAC, Gazebo, The Exxel Group, Poett, New Code Correo, Crayón, Inca, Paramí, Proética, Tolder, etc.

- SETTI, Néstor

Ingeniero Industrial (UTN) Titular de "NSetti Consultoría-Capacitación-Coaching". Especialista con reconocida trayectoria en Compras, Aprovisionamiento y Negociaciones en empresas multinacionales de primer nivel. Ex Miembro del Comité de Dirección, Director de Compras y Líder del Comité de Productividad de Danone. Docente del Posgrado de "Logística Integrada" en la Universidad del Salvador.

- ALONSO, Gustavo

Lic. en Administración, especializado en Comercialización (UBA) Director de Time to Market. Profesor de *Comercialización* en UBA, integrante del cuerpo docente de la Secretaría de Extensión Universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas (UBA) y docente invitado en los *Workshops para Emprendedores* organizados por la Fundación General Pacheco. Ha participado en proyectos de consultoría para Telecentro, Philips Argentina, WallStreet Institute y Puma, entre otros.

- PAPINI, Carlos

Ingeniero Químico (UTN) MBA (USAL) Posgrado Ejecutivo en Dirección y Negocios (IAE) Docente en IAE, Universidad de Belgrano, Universidad del Salvador, Universidad de la Marina Mercante, IUEAN y Fundación Bank Boston. Experiencia directiva en posiciones de alta responsabilidad en empresas como 3M, Imation, Boston Scientific y Medam BA. Especialista en capacitación y consultoría en temas de Negociación, Dirección General, Organización Industrial y Empresas Familiares.

- AVA PRAGA, Simona María

Abogada (UMSA) Titular de "Estudio Jurídico Ferreyra & Praga". Ha realizado diversos cursos en Negociación, Resolución de Conflictos y Derecho Concursal. Cuenta con experiencia en la industria del turismo, en distintas posiciones comerciales, y en emprendimientos personales.

- SABECKIS, Ricardo

Ingeniero Químico (UBA) Trabajó durante 20 años en Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF): en el Sector Lubricantes (Refinería La Plata) y en la Gerencia de Tecnología (Sede Central) Consultor de Empresas en temas de la Industria del Petróleo. Se especializó en Marketing Vía E-mail, Inteligencia en Internet y Confección de Bases de Datos Específicas, trabajando desde su propia empresa de Comunicación y Marketing desde 2000.

Coordinador Académico

- MORRESI, Mariano

Licenciado en Comercialización (UB) Posgrado en Conducción Gerencial (UB) Asesor en Estrategia y Marketing. Consultor Asociado a Lighten (Management and Marketing Consulting) Investigador y autor en Management Estratégico. Coordinador de cursos de grado y posgrado. Docente universitario. Blogger. Ha trabajado en el desarrollo de emprendimientos en diversas industrias como entretenimiento, internet, moda, salud, publicidad, mobiliario, periodismo, seguridad, sanitarios, educación, textil, entre otras.

Profesores Invitados:

Se prevé la disertación de un empresario o directivo de una empresa Argentina como cierre del curso.

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

Gestión del Conocimiento

El asistente recibirá material de estudio vía email, CD o impreso y un cronograma de cursada con todos los horarios, temarios, bibliografía y exigencias de plazos de los trabajos de campo.

Pensando en la diversidad de tiempos y necesidades que tienen nuestros alumnos, se desarrolló un sistema de tres niveles de lectura para cada módulo:

1. "El Libro de Management Estratégico": preparado por los responsables del curso para cada módulo (con lo esencial de cada tema, indispensable para el alumno como poco tiempo)
2. Bibliografía específica (más de 80 libros sugeridos)
3. "Docs": artículos actuales, teóricos y prácticos, de los principales medios de negocios nacionales y extranjeros (para profundizar y lateralizar el aprendizaje, recomendado para alumnos con inquietudes adicionales)

En el aula se trabajará con "Cápsulas para pensar[®]": pequeños extractos de casos, situaciones de negocios, pensamientos y noticias que sirven para analizar los temas desde otra óptica, confrontar la teoría, verificar el grado de avance y provocar el intercambio de ideas.

Se utilizarán Casos de negocios de varios tipos: reales argentinos, latinoamericanos y globales y ficticios. El objetivo es discutir la aplicación de los conceptos y resolver en situaciones concretas, analizar las similitudes con situaciones profesionales personales y enriquecer el aprendizaje desde lo particular.

Está previsto el empleo, en el aula, en varios módulos de Películas comerciales, algunas de difusión amplia y otras menos divulgadas. El objetivo es el mismo que con los casos, pero con la oportunidad aquí de introducir el sentido visual y auditivo, lo cual desarrolla cualitativamente el conocimiento. Además se desconstruye la forma habitual de aprender y se puede apreciar lo conocido desde la óptica de las herramientas aprendidas.

Cuando se involucran habilidades interactivas para la toma de decisiones, se recurrirá a metodologías como Role-playing, talleres, juegos y simulaciones. Con respecto a estas últimas se llevará a cabo una simulación de un mercado específico, que servirá para aplicar lo aprendido en varios módulos a estrategias y acciones concretas.

Al finalizar el año, los alumnos recibirán un CD con todos los contenidos expuestos y trabajados más adicionales especialmente seleccionados.

Como formas de evaluación se utilizará, en lugar de un examen tradicional, dos métodos empíricos y de verificación práctica de aprendizaje. Por un lado se resolverá un Caso de negocios argentino, que implica investigación, lectura y aplicación de los conceptos a mercados y empresas determinadas. Y como cierre del Curso de Posgrado se realizará un Trabajo de Aplicación (ver explicación en página 5, luego de los contenidos académicos)

Este Curso de Posgrado se encuentra conectado al Blog "Management Estratégico", medio de comunicación e información de los responsables académicos: <http://managementestrategico.blogspot.com/> En el mismo se suben artículos escritos por los docentes, se hacen reseñas de cursos y clases realizadas y se linkea a notas de interés de la web.

Consideraciones Generales

- Modalidad:

Semanal: lunes de 19 a 22 hs. (incluye un máximo de 2 clases en días sábados)

- Inicio:

Agosto/septiembre 2011

- Aprobación:

75% de asistencia a las clases; Resolución de un caso de negocios; Participación en una simulación de negocios; Realización de un trabajo de aplicación.

- Duración:

8 meses.

-Asistencia mínima:

75 % de las clases.

- Proceso de admisión:

Los aspirantes a cursar deberán, en primer término, enviar la ficha de inscripción completa con sus datos. Posteriormente tendrán una entrevista personal con su Director Académico o, en caso de encontrarse a gran distancia, deberán enviar su currículum vitae. De este modo se evaluará la adecuación del solicitante para ingresar al Curso de Posgrado, de acuerdo a su formación y su experiencia y también si el Curso de Posgrado es apropiado para el candidato.

- Certificados:

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben las evaluaciones y cumplan con la asistencia mínima requerida.

El Certificado para los profesionales universitarios indicará "Curso de Posgrado en Management Estratégico", mientras que para quienes no tengan título universitario indicará "Curso de Actualización Profesional en Management Estratégico"

- Beneficios para alumnos:

La inscripción en este Programa incluye los siguientes beneficios para el alumno:

- Un CD con "El Libro de Management Estratégico".
- Envío digital de todos los materiales de uso en el aula y de aprendizaje entre clases (presentaciones de los profesores, textos de soporte, "cápsulas para pensar®", casos y ejercicios)
- Tutoría para los trabajos de investigación y aplicación, a cargo de los responsables académicos.
- E-books de regalo para los alumnos, de un catálogo digital de más de 800 títulos.
- Acceso a la Biblioteca de la Universidad.
- Acceso al Laboratorio Digital de la Universidad, con PCs conectadas a Internet.

- Posibilidad de utilizar sin cargo las instalaciones para actividades de negocios y organizacionales (reuniones, presentaciones de producto, etc.)
- Beneficios económicos en futuras capacitaciones en la Universidad.