

RESOLUCIÓN 054-2025

Valdivia, 14 de agosto de 2025

DE: DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
A: VICERRECTORÍA ACADÉMICA
DEPTO. DE REGISTRO ACADÉMICO ESTUDIANTEL
UNIDAD DE AUTOEVALUACIÓN Y CALIDAD INSTITUCIONAL
ESCUELA DE GRADUADOS FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
COMITÉ DE PROGRAMA MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Ref.: Aprueba actualización de perfil de graduación y plan de estudios del Magíster en
Administración de Empresas

VISTOS

1. El Decreto de Rectoría 088 de 20 de diciembre de 2024 que establece el texto actualizado y refundido del Reglamento General de Programas de Magíster de la Universidad Austral de Chile.
2. El Decreto de Rectoría 276 de 1993 que aprueba el Programa de Magíster en Administración de Empresas presentado por Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
3. La Resolución 067-2023 de 29 de septiembre de 2023 que formaliza definiciones del Magíster en Administración de Empresas.
4. Las observaciones planteadas al programa en el Acuerdo N° 108/2024, de 9 de octubre de 2024, del Consejo Nacional de Educación.
5. Lo informado y solicitado por la Dirección de la Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas mediante CI N°32580 de 13 de marzo de 2025 y CI N° 32926 de 25 de marzo de 2025.
6. Lo revisado y aprobado por la Comisión Central de Magíster en sus sesiones de 26 marzo y 2 de abril de 2025.
7. Las atribuciones reglamentarias del Director de Estudios de Postgrado.

RESUELVO

1. Aprobar la actualización de definiciones de perfil de graduación y plan de estudios del programa de Magíster en Administración de Empresas, adscrito a la Escuela de Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, con vigencia a partir del año académico 2025, del modo en que se indica a continuación.

PERFIL DE GRADUACIÓN

El graduado del Magíster en Administración de Empresas tendrá competencias para:

1. Tomar decisiones estratégicas en distintos contextos de complejidad organizacional y de entorno, utilizando instrumental especializado de dirección.
2. Integrar variables del entorno al análisis estratégico que impactan en la eficiencia y efectividad de la organización
3. Evaluar los componentes estratégicos del área financiera, marketing y personas, y analizar la contribución que cada área aporta al cumplimiento de la estrategia.
4. Identificar problemas organizacionales como oportunidades para crear valor en las instituciones, y gestionar sistemas sociales del ámbito laboral con herramientas relacionales que permiten alinear objetivos, procesos y desempeños.
5. Diseñar propuestas y proyectos que crean valor en la organización
6. Utilizar herramientas relacionales para el trabajo en equipo
7. Incorporar herramientas de gestión moderna en el desarrollo de nuevas oportunidades de negocios.
8. Entender e integrar transversalmente a la práctica las dimensiones de la ética, sostenibilidad y la responsabilidad social de las actividades económicas.

Desglose del perfil de graduación en términos de competencias y nivel de desarrollo esperable

Definiciones	Competencias	Tipo	Descripción	Nivel desarrollo
1 Tomar decisiones estratégicas en distintos contextos de complejidad organizacional y de entorno, utilizando instrumental especializado de dirección.	C.1 Liderazgo y toma de decisiones estratégicas	Genérica	Capacidad para liderar equipos y organizaciones hacia objetivos estratégicos, evaluando y priorizando escenarios complejos para decisiones informadas.	Avanzado
2 Integrar variables del entorno al análisis estratégico que impactan en la eficiencia y efectividad de la organización.	C.2 Pensamiento crítico	Genérica	Evaluación de problemas organizacionales mediante análisis estructurado y desarrollo de soluciones innovadoras y prácticas.	Avanzado
3a Evaluar los componentes estratégicos del área financiera, y analizar la contribución que cada área aporta al cumplimiento de la estrategia.	C.3 Gestión financiera y análisis de inversiones	Específica	Dominio de herramientas financieras para evaluar proyectos e inversiones y gestionar estrategias financieras que maximicen el valor organizacional.	Avanzado

3b Evaluar los componentes estratégicos del área marketing y analizar la contribución que cada área aporta al cumplimiento de la estrategia.	C.4 Estrategias de marketing y gestión de clientes	Específica	Diseño de estrategias de marketing basadas en datos y gestión eficaz de la experiencia del cliente para generar lealtad y aumentar valor organizacional.	Avanzado
3c Evaluar los componentes estratégicos del área personas y analizar la contribución que cada área aporta al cumplimiento de la estrategia.	C.5 Gestión del capital Humano	Específica	Desarrollo de habilidades para gestionar equipos de alto rendimiento, fomentar una cultura positiva y resolver conflictos laborales.	Intermedio
4a Identificar problemas organizacionales como oportunidades para crear valor en las instituciones.	C.6 Resolución de problemas	Genérica	Evaluación de problemas organizacionales mediante análisis estructurado y desarrollo de soluciones innovadoras y prácticas.	Avanzado
4b y gestionar sistemas sociales del ámbito laboral con herramientas relacionales que permiten alinear objetivos, procesos y desempeños.	C.7 Liderazgo y optimización organizacional	Específica	Desarrollo de habilidades para gestionar equipos de alto rendimiento, fomentar una cultura de excelencia y eficiencia	Intermedio
5a Diseñar propuestas que crean valor en la organización.	C.8 Innovación y emprendimiento	Específica	Identificación de oportunidades de mercado y diseño de modelos de negocio innovadores que generen valor sostenible.	Avanzado
5b Diseñar proyectos que crean valor en la organización.	C.9 Gestión de proyectos	Específica	Planeación, ejecución y evaluación de proyectos complejos mediante metodologías ágiles y herramientas de gestión.	Avanzado
6 Utilizar herramientas relacionales para el trabajo en equipo.	C.10 Trabajo en equipo y colaboración	Transversal	Habilidad para trabajar eficazmente en equipos multidisciplinarios y diversos, fomentando cohesión y alineación de objetivos.	Avanzado
7 Incorporar herramientas de gestión moderna en el desarrollo de nuevas oportunidades de negocios.	C.11 Uso de herramientas y objetos digitales	Transversal	Capacidad para identificar, seleccionar y utilizar herramientas digitales de forma estratégica en la gestión empresarial.	Intermedio
8a Entender e integrar transversalmente a la práctica las dimensiones de la ética de las actividades económicas.	C.12 Ética empresarial	Transversal	Integración de valores éticos, responsabilidad social y prácticas sostenibles en las decisiones y operaciones empresariales.	Avanzado
8b Entender e integrar transversalmente a la práctica prácticas sostenibles de las actividades económicas.	C.13 Desarrollo Sostenible en la empresa	Transversal	Integración de valores éticos, responsabilidad social y prácticas sostenibles en las decisiones y operaciones empresariales.	Intermedio

8c Entender e integrar transversalmente a la práctica la responsabilidad social de las actividades económicas.	C.14 Responsabilidad social empresarial	Transversal	Integración de valores éticos, responsabilidad social y prácticas sostenibles en las decisiones y operaciones empresariales.	Avanzado
--	---	-------------	--	----------

PLAN DE ESTUDIOS

Aspectos generales. Los estudiantes aceptados y matriculados en el programa Magíster en Administración deben cumplir con un plan de estudios de cuatro semestres de dedicación parcial, organizados en un régimen curricular semiflexible de actividades obligatorias y electivas. La carga académica para cada período será determinada en créditos SCT, de acuerdo con los sistemas de medición establecidos por la Dirección de Estudios de Postgrado. Los créditos SCT expresarán la carga total de trabajo de un/a estudiante, incluidas las horas de docencia directa o bajo supervisión docente y las horas de trabajo autónomo requeridas para el logro de los resultados de aprendizaje de cada actividad curricular del programa. Las actividades lectivas o asignaturas del plan obligatorio y plan electivo del programa utilizarán, además de su expresión en créditos SCT, el sistema de créditos internos o «créditos UACH» para computar su ponderación en el cálculo del Promedio Semestral Ponderado (PSP) y del Promedio General Ponderado (PGP) conforme al sistema de calificaciones establecido en el Reglamento General de Programas de Magíster.

Estructura curricular: El plan de estudios del programa de Magíster en Administración se estructura en cuatro semestres de dedicación parcial, en una carga académica de 46 créditos UACH (70 SCT). El plan contempla 30 créditos UACH (40 SCT) en asignaturas de currículum obligatorio, un mínimo de 6 créditos UACH (6 SCT) en asignaturas de currículum electivo, y 10 créditos UACH (24 SCT) en otras actividades obligatorias, incluidos dos Seminarios de Graduación, la formulación del Proyecto de Trabajo Final (que los estudiantes desarrollan durante el segundo semestre en el Seminario de Graduación I), la ejecución del proyecto de Trabajo Final de Graduación (15 SCT) durante el tercer y cuarto semestre (que incluye una actividad de acompañamiento a los estudiantes en el Seminario de Graduación II) y defensa del Trabajo Final de Graduación durante el cuarto semestre en el Examen de Grado.

El programa considera adicionalmente un ciclo de nivelación disponible para estudiantes aceptados que así lo requieran, según lo determine el Comité de Programa. De conformidad con lo dispuesto en el Art. 26 del Reglamento General de Programas de Magíster, las asignaturas de ese plan deberán cursarse durante el primer año del programa, no serán computables en el programa y serán calificadas con las letras "A" (aprobada) o "R" (reprobada).

Estructura curricular: Magíster en Administración de Empresas

Semestre 1	Semestre 2	Semestre 3	Semestre 4
Control de Gestión (3 créditos UCh / 4 SCT)	Política y Estrategia Financiera (3 créditos UCh / 4 SCT)	Política y Estrategia de Empresas (3 créditos UCh / 4 SCT)	Trabajo Final de Graduación (10 créditos UCh / 15 SCT)
Políticas y Estrategia del Capital Humano (3 créditos UCh / 4 SCT)	Evaluación de Proyectos y Gestión del Riesgo (3 créditos UCh / 4 SCT)	Economía de Empresas (3 créditos UCh / 4 SCT)	
Tópicos en Gestión de Operaciones (3 créditos UCh / 4 SCT)	Política y Estrategia de Marketing (3 créditos UCh / 4 SCT)	Política Monetaria y Fiscal (3 créditos UCh / 4 SCT)	
Innovación y Emprendimiento (3 créditos UCh / 4 SCT)	Seminario de Graduación I (sin créditos UCh / 2 SCT)	Seminario de Graduación I (sin créditos UCh / 2 SCT)	
Electivo 1 (2 créditos UCh / 2 SCT)	Electivo 2 (2 créditos UCh / 2 SCT)	Electivo 3 (2 créditos UCh / 2 SCT)	
	Proyecto de Trabajo Final ** (sin créditos UCh / 2 SCT)	Trabajo Final de Graduación	Examen de Grado (sin créditos UCh / 3 SCT)
CICLO DE NIVELACIÓN *			

Total: 46 créditos UCh | 70 SCT

* El ciclo de nivelación comprende cuatro módulos disponibles para estudiantes que así lo requieran según lo determine el Comité de Programa. Estos módulos podrán cursarse durante el primer año del programa y serán calificadas con las letras "A" (aprobada) o "R" (reprobada).

** La actividad Proyecto de Trabajo Final corresponde al hito de defensa del proyecto ante una Comisión Evaluadora. La formulación del proyecto se desarrolla en el Seminario de Graduación I, en donde se asigna a un docente integrante del núcleo del programa en calidad de Profesor Patrocinante. Los estudiantes inscriben oficialmente el Trabajo Final de Graduación una vez aprobado el proyecto al término del segundo semestre. El Seminario de Graduación II corresponde a una actividad de acompañamiento al estudiante para la ejecución de su Trabajo Final de Graduación, que finaliza con la entrega formal para su revisión por la Comisión Evaluadora. La defensa del Trabajo Final de Graduación se realiza en el Examen de Grado durante el cuarto semestre.

Distribución de créditos

Actividades curriculares	Créditos UCh	SCT
Asignaturas obligatorias (10)	30	40
Asignaturas electivas (3)*	6	6
Seminarios (2) **	--	4
Proyecto de Trabajo Final **	--	2
Trabajo Final de Graduación	10	15
Examen de Grado	--	3
Total creditaje del programa, según definición de crédito/unidad equivalente propia	46 créditos UCh	70 SCT
Duración teórica del programa	cuatro semestres	
Duración total en horas de trabajo efectivo presencial y no presencial (horas cronológicas)	1820 horas	
Definición crédito/unidad equivalente propia del programa	De acuerdo con el Art. 32 del Reglamento General de Programas de Magíster, la carga académica para cada período será determinada en créditos SCT, de acuerdo con los sistemas de medición establecidos por la Dirección de Estudios de Postgrado. Los créditos SCT expresarán la carga total de trabajo de un/a estudiante, incluidas las horas de docencia directa o bajo supervisión docente y las horas de trabajo autónomo requeridas para el logro de los resultados de aprendizaje de cada actividad curricular del programa. Las actividades lectivas o asignaturas del plan obligatorio y plan electivo del programa utilizarán, además de su expresión en créditos SCT, el sistema de créditos internos o «créditos UCh» para computar su ponderación en el cálculo del Promedio Semestral Ponderado (PSP) y del Promedio General Ponderado (PGP) conforme al sistema de calificaciones establecido en el Reglamento General de Programas de Magíster. Un semestre tiene una duración de 17 semanas.	
Definición del crédito Sistema de Créditos Transferibles (SCT)	1 crédito SCT equivale a 26 horas de trabajo real de estudiante	
Total equivalencia del creditaje del programa, según el Sistema de Créditos Transferibles	70 SCT	

* Los estudiantes deben cursar un mínimo de 6 créditos UCh (6 SCT) en asignaturas de currículum electivo. El programa considera además un ciclo de nivelación disponible para estudiantes aceptados que así lo requieran, según lo determine el Comité de Programa. De conformidad con lo dispuesto en el Art. 26 del Reglamento General de Programas de Magíster, las asignaturas de ese plan no serán computables en el programa y serán calificadas con las letras "A" (aprobada) o "R" (reprobada). ** La actividad Proyecto de Trabajo Final corresponde al hito de defensa del proyecto ante una Comisión Evaluadora. La formulación del proyecto se desarrolla en el Seminario de Graduación I. Los estudiantes inscriben oficialmente el Trabajo Final de Graduación una vez aprobado el proyecto al término del segundo semestre. El Seminario de Graduación II corresponde a una actividad de acompañamiento al estudiante para la ejecución de su Trabajo Final de Graduación. La defensa del Trabajo Final de Graduación se realiza en el Examen de Grado durante el cuarto semestre.

Desglose de actividades curriculares obligatorias y electivas

Nombre de la actividad	Carácter	Carga horaria total docencia directa (hrs. cronológicas)	Carga horaria total trabajo autónomo (hrs. cronológicas)	Carga horaria total (hrs. cronológicas)	Créditos UACH	SCT	Periodo
Ciclo de nivelación (sin créditos UACH 8 SCT) *							
Introducción a la Administración	Nivelación	13	39	52	s/c	2	1
Introducción a la Contabilidad y Finanzas	Nivelación	13	39	52	s/c	2	1
Introducción a la Economía y Negocios	Nivelación	13	39	52	s/c	2	1
Métodos Cuantitativos	Nivelación	13	39	52	s/c	2	1
Currículum obligatorio (30 créditos UACH 40 SCT)							
Control de Gestión	Obligatorio	26	78	104	3	4	1
Políticas y Estrategia del Capital Humano	Obligatorio	26	78	104	3	4	1
Tópicos en Gestión de Operaciones	Obligatorio	26	78	104	3	4	1
Innovación y Emprendimiento	Obligatorio	26	78	104	3	4	1
Política y Estrategia Financiera	Obligatorio	26	78	104	3	4	2
Evaluación de Proyectos y Gestión del Riesgo	Obligatorio	26	78	104	3	4	2
Política y Estrategia de Marketing	Obligatorio	26	78	104	3	4	2
Política y Estrategia de Empresas	Obligatorio	26	78	104	3	4	3
Economía de Empresas	Obligatorio	26	78	104	3	4	3
Política Monetaria y Fiscal	Obligatorio	26	78	104	3	4	3
Currículum electivo (6 créditos UACH 6 SCT) **							
Gobernanza y Gestión de Crisis: Hacia nuevos modelos de relacionamiento en el	Electivo	13	39	52	2	2	1

Estado, Mercado y Sociedad Civil							
Gestión Tributaria	Electivo	13	39	52	2	2	2
Sustentabilidad y Economía Circular en la Empresa 4.0	Electivo	13	39	52	2	2	3
Estrategias de análisis de los estados financieros	Electivo	13	39	52	2	2	1 o 2
Introducción al Business Analytics (BA)	Electivo	13	39	52	2	2	1 o 2
Introducción al Business Intelligence (BI) & Power BI	Electivo	13	39	52	2	2	1 o 2
Otras actividades obligatorias (10 créditos UACH 24 SCT)							
Seminario de Graduación I	Obligatorio	26	26	52	s/c	2	2
Seminario de Graduación II	Obligatorio	26	26	52	s/c	2	3
Proyecto de Trabajo Final***	Obligatorio	3	49	52	s/c	2	2
Trabajo Final de Graduación	Obligatorio	51	339	390	10	15	3 y 4
Examen de Grado	Obligatorio	3	75	78	s/c	3	4

* El ciclo de nivelación comprende cuatro módulos disponibles para estudiantes que así lo requieran según lo determine el Comité de Programa. Estos módulos podrán cursarse durante el primer año del programa y serán calificadas con las letras "A" (aprobada) o "R" (reprobada).

** Los estudiantes deben cursar un mínimo de 6 créditos UACH (6 SCT) en asignaturas de currículum electivo.

*** La actividad Proyecto de Trabajo Final corresponde al hito de defensa del proyecto ante una Comisión Evaluadora. La formulación del proyecto se desarrolla en el Seminario de Graduación I, en donde se asigna a un docente integrante del núcleo del programa en calidad de Profesor Patrocinante. Los estudiantes inscriben oficialmente el Trabajo Final de Graduación una vez aprobado el proyecto al término del segundo semestre. El Seminario de Graduación II corresponde a una actividad de acompañamiento al estudiante para la ejecución de su Trabajo Final de Graduación, que finaliza con la entrega formal para su revisión por la Comisión Evaluadora. La defensa del Trabajo Final de Graduación se realiza en el Examen de Grado durante el cuarto semestre.

Otras actividades complementarias del plan de estudios

- **Taller de inducción inicial:** Al inicio del programa, se llevará a cabo un taller, en el cual los estudiantes recibirán información clave sobre el perfil de egreso, la estructura del plan de estudios y la vinculación de cada asignatura con el desarrollo de competencias. Durante este espacio, también se abordará el uso de las plataformas académicas, los recursos de apoyo disponibles y la importancia de la formación en ética y responsabilidad social empresarial. Este taller facilitará

la integración de los estudiantes al programa y les brindará herramientas para optimizar su proceso de aprendizaje.

- **Visita a empresa regional:** Con el objetivo de fortalecer la vinculación entre la teoría y la práctica, los estudiantes participarán en una visita a una empresa regional, durante la duración del programa, donde podrán conocer de primera mano los desafíos que enfrentan los directivos en la gestión estratégica. Estas visitas permitirán la interacción con profesionales del sector, el análisis de casos reales y la identificación de buenas prácticas empresariales, fomentando así el desarrollo de competencias en liderazgo, innovación y resolución de problemas. Esta actividad también contribuirá a la generación de redes de contacto con el mundo empresarial.
- **Summer Business School** (seminarios de especialización, mentorías, *networking*): Será un espacio de formación intensiva, diseñado para ofrecer seminarios de especialización en áreas estratégicas del MBA, impartidos por expertos nacionales e internacionales. Además, incluirá un programa de mentorías personalizadas, donde egresados y líderes empresariales compartirán experiencias y valores. Finalmente, se promoverán instancias de *networking* para fortalecer la conexión con el ecosistema empresarial y ampliar las oportunidades profesionales de los participantes. Esta iniciativa permitirá a los estudiantes complementar su formación con experiencias prácticas de alto impacto.

2. Las unidades respectivas procederán de acuerdo con lo señalado en la presente Resolución.



MARCELO GÓMEZ J.

Director de Estudios de Postgrado