

Autor: José Rafael Santana Villegas

Título: La formación directiva de la reputación corporativa en México: visión y análisis sobre la oferta académica en MBA y la demanda profesional

Title: *Executive training in Mexico in terms of corporate reputation: vision and analysis related to academic offer in MBA and professional demand*

Directores: Mónica Viñarás Abad y Juan Enrique González Vallés

Lugar y fecha de lectura: Universidad CEU San Pablo, Madrid. Junio 02, 2022.

Tribunal:

Presidente: José Francisco Serrano Ocea (Universidad CEU San Pablo)

Vocal: Olga Kolotouchkina (Universidad Complutense de Madrid)

Vocal: José de Jesús Vargas Delgado (Universidad Europea de Madrid)

Vocal: Luis Felipe Solano Santos (Universidad Complutense de Madrid)

Secretaria: María Sánchez Valle (Universidad CEU San Pablo)

Calificación: Sobresaliente *cum laude*

Resumen: Los dueños de empresas y directores generales tienen un papel clave al momento de gestionar la reputación de sus compañías, para lo cual deben contar con los conocimientos que les permitan hacer frente a dicha responsabilidad. La presente investigación hace una revisión del estado que guarda la formación ejecutiva en México en materia de reputación corporativa mediante el análisis de los cursos de MBA más destacados en el país. La investigación utiliza un análisis de contenido para conocer las asignaturas relacionadas con la reputación que ofrecen los cursos de MBA sujetos al estudio, así como entrevistas en profundidad a responsables académicos de los cursos y profesionales expertos en gestión de la reputación. Por último, se aplica una encuesta entre dueños, directores generales y directores de área para conocer sus puntos respecto a la gestión de la reputación y la formación en dicha área.

Palabras clave: Reputación; comunicación corporativa; MBA; intangibles; formación ejecutiva.

Abstract: *Company owners and Chief Executive Officers (CEOs) have a key role when it comes to reputation management. To succeed in that assignment, they must be prepared and acquire the competencies needed to face that kind of responsibility. This research seeks to review the state of executive training in Mexico in terms of corporate reputation. In order to do so the research uses different tools that will allow us to know the reputation-related subjects offered by the MBA courses subject to study. Likewise, the opinions of the academic managers of these courses and professionals dedicated to reputation consulting, will be analyzed. Finally, a study will be carried out among owners, CEOs and C-Suite members, to find out their point of view regarding the importance of reputation in modern organizations, as well as the need for them, as company managers, to be able to manage it properly.*

Keywords: Reputation; intangible assets; corporate communication; MBA; executive education.

URL de consulta: <https://repositorioinstitucional.ceu.es/handle/10637/13789>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3332-9040>