DADES GENERALS

Curs acadèmic	
Tipus de curs	Màster de Formació Permanent
Nombre de crèdits	60,00 Crèdits ECTS
Matrícula	1.600 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	Graduats universitaris
Modalitat	Semipresencial
Lloc d'impartició	Universidad de Ibagué, Colombia
Horari	Divendres i Dissabtes. 8.00 a 13.00 i de 15.00 a 20.00 hores

Direcció

Organitzador	Institut Interuniversitari d'Economia Internacional
Direcció	Teresa Fayos Gardo Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València María Haydee Calderón García Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 27/01/2025
Data inici	Maig 2025
Data fi	Desembre 2026

Més informació

Telèfon	961 603 000
E-mail	informacio@adeituv.es

PROGRAMA

Estratègies corporatives

1. Introducció a les estratègies corporatives

2.Determinació de làmbit dactivitat: especialització vs diversificació
2.1. L'estratègia d'expansió
2.2. L'estratègia de diversificació

3. Estratègies d'internacionalització
3.1.Decisió sobre l'àmbit geogràfic d'actuació
3.2. El procés d'internacionalització
3.3.Modalitats i processos d'internacionalització
3.4.Tipus d'estratègies internacionals

4. Modalitats de desenvolupament.
4.1.Decisions sobre la modalitat de desenvolupament
4.2. Fusions i adquisicions
4.3. Aliances estratègiques

5. Estratègies de supervivència
5.1. Estratègies de supervivència i abandonament
5.2. El procés de reflotament

Direcció Comercial

1. Definició i estratègia de màrqueting
1.1. Definició de Màrqueting i procés de Màrqueting.
1.2. El mercat i les necessitats del client
1.3. Disseny de lestratègia de màrqueting
1.4. Les relacions amb el client.

2. Segmentació, posicionament i comportament del consumidor
2.1. La segmentació de mercats
2.2. El posicionament
2.3. Factors que influeixen en el comportament del consumidor
2.4. El procés de decisió de compra

3. Estratègia de producte i servei: construir valor per al client
3.1.Concepte de producte
3.2. Decisions sobre productes
3.3.Estratègia de marca
3.4. Estratègia de serveis

4.Estratègia de Preus
4.1. Estratègies de fixació de preus
4.2. Estratègies d'ajust de preus 4.3.Variacions de preus

5. Estratègia de distribució i comunicació
5.1. El canal de distribució
5.2. Decisions sobre el disseny del canal de distribució
5.3. L'estratègia de comunicació de l'empresa
5.4. La comunicació a l'entorn digital

6.L'estratègia de màrqueting internacional 6.1.La internacionalització de l'empresa
6.2.Les empreses colombianes davant la internacionalització
6.3. L'entorn transcultural
6.4. Estratègia de màrqueting internacional: producte, preu, distribució i comunicació

Finances corporatives

1. Gestió financera
1. Estructura financera de l'empresa
2. El finançament a curt termini
3. Les previsions financeres
4. La planificació financera a llarg termini
5. El control econòmic financer

2. Control i Gestió de riscos financers
1. El risc de mercat
2. El risc de crèdit
3. El risc de liquiditat
4. El risc operatiu

3. Instruments financers de suport a les empreses
1. Business Angels, Crowd Angel i Crowdfunding
2. Capital Risc
3. Confirming i Factoring
4. Crèdit i forfeting
5. Garanties i re-fiançament

4. Mercats financers i decisions empresarials
1. Introducció als sistemes i mercats financers
2. Reguladors i intermediaris
3. Mercat de renda fixa
4. Mercat de renda variable
5. Mercat interbancari

5. Taller de finances amb Excel
1. Iniciació a les taules d'Excel
2. Utilització dExcel per a la presa de decisions financera a curt termini
3. Models d'eines de finançament a llarg termini
4. Valoració de projectes dinversió

Recursos humans: gestió i lideratge

1. Treball en Equip i Equip de Treball
1.1.- Elements estructurals dels Equips de treball (composició, estructura, rols, normes, metes i tasques)
1.2.- Processos grupals: Comunicació, Socialització, Presa de decisions i relacions intergrupals
1.3.- Efectivitat a l'Equip de Treball: principals tècniques
1.4.- Competències personals per al treball en equip

2. Negociació i resolució de conflictes
2.1.- Els conflictes interpersonals: la mediació entre persones
2.2.- El procés de negociació: preparació i estratègies
2.3.- La presa de decisions
2.4.- Perfils en la negociació

2.5.- Aplicant la creativitat a la resolució de conflictes

3. Motivació, Dinamització i manteniment del factor humà
3.1.- Continguts. Entenent el què ens motiva.
3.2.- Processos. Entenent com ens motivem.
3.3.- Noves aproximacions: Intel·ligència Emocional i Social, el Flow i l'Alineament.

4. Lideratge, estils i aplicacions. Comunicació (verbal i no verbal), comunicació virtual.
4.1.- Poder, Cultura i fonts de poder.
4.2.- Nivells i estils de Lideratge.
4.3.- Comunicació Verbal i No Verbal

5. Gestió eficaç dels recursos humans de l'empresa.
5.1.- El disseny estratègic, la planificació de RH i l'ADPT.
5.2.- La captació eficient: fases, processos i objectius.
5.3.- L'anàlisi de l'exercici com a factor de disseny de les polítiques de capacitació.
5.4.- La capacitació del personal com a vehicle del desenvolupament professional de lindividu.
5.5.- La valoració de llocs de treball: element essencial del disseny de les polítiques retributives.
5.6.- Els sistemes de compensació i incentius al personal.
5.7.- Les exigències de la gestió internacional: la gestió dels expatriats i la diversitat.

Comerç exterior i logística

1.Estudi de l'entorn per a la selecció de mercats
1.1. Entorn legal
1.2. Entorn econòmic
1.3. Entorn sociocultural
1.4. Intel·ligència competitiva i fonts d'informació al comerç exterior
1.5. El procés de selecció de mercats internacionals

2. Gestió de les transaccions internacionals
2.1. Barreres aranzelàries
Les duanes i el territori duaner
Formalitats duaneres d'importació i exportació Destinacions aranzelàries
2.2. Barreres no aranzelàries
2.3. Com superar les barreres al comerç
2.4. Conflictes comercials entre països
2.5. Logística i transport internacional

3. Riscos en les operacions de comerç exterior
3.1. Riscos al comerç exterior
3.1.1. ransport i logística
3.1.2. Administratius
3.1.3. De canvi
3.1.4. D'impagament
3.2. Com reduir els riscos:
3.2.1. Principis bàsics de contractació internacional
3.2.2. INCOTERMS 2010
3.2.3. Instruments de cobertura de riscos

Direcció Estratègica (Management)

1. Introducció: de la Direcció d'Empreses a la Direcció Estratègica

2. Anàlisi estratègica
2.1. Propòsit estratègic
2.2. Anàlisi externa
2.3. Anàlisi interna

3. Disseny, valoració i selecció destratègies.
3.1. Estratègia corporativa
3.2. Estratègia competitiva
3.3. Avaluació i selecció destratègies

4. Implementació de les estratègies
4.1. Sistemes de planificació i control.
4.2. Implementació i disseny organitzatiu
4.3. Implementació i estils de direcció i lideratge
4.4. Implementació i cultura organitzativa

Treball Fi de Màster

Els continguts del TFM seguiran la següent estructura (podria variar, amb el vistiplau del tutor, en funció del tema a desenvolupar):
1.Situació de partida: una empresa real de qualsevol nacionalitat, del sector productiu o serveis.

2.Diagnòstic estratègic:

a. Anàlisi interna de l'empresa:
- Situació financera
- Organització
- Recursos humans
- Recursos productius
- Cartera de productes/serveis
- Estratègia de màrqueting
- Responsabilitat social corporativa
b. Anàlisi externa:
- Entorn general: oportunitats i amenaces
- Entorn competitiu: oportunitats i amenaces

3.Disseny de l'estratègia:
- Objectius
- Decisions: sobre làmbit de lactivitat, estratègies corporatives i estratègies competitives

4.Implementació de l'estratègia:
- Recursos financers
- Disseny organitzatiu
- Recursos humans
- Recursos productius
- Productes/serveis
- Estratègia de màrqueting
- Responsabilitat social corporativa
- Cronograma d'execució

PROFESSORAT

María Haydee Calderón García

Catedrático/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

José Manuel Comeche Martínez

Profesor/a Permanente Laboral PPL. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València

Consuelo Dolz Dolz

Contratado/a Doctor/a. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València

Teresa Fayos Gardo

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

José Manuel Guaita Martínez

Profesor titular de Universidad, Facultad de Administración y Dirección de Empresas de la Universitat Politècnica de València

Juan Francisco Martínez Pérez

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València

OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

- Llocs de gestió, administració i direcció en empreses o en qualsevol de les àrees funcionals.
- Autoocupació a través d'iniciatives d'emprenedorisme
- Docència a l'àmbit de l'empresa i la consultoria
- Consultoria d'empreses.

La formació en administració i direcció d'empreses a nivell de màster té com a objectiu formar persones amb capacitat de gestió i direcció empresarial que contribueixin de manera decisiva al desenvolupament d'empreses existents i la generació de noves idees de negocis en ambients dinàmics i amb una vocació clara internacional.

METODOLOGÍA

- Classes presencials teoricopràctiques.
 Estudi independent de la bibliografia recomanada.

- Treball independent tutoritzat per a l'elaboració del treball fi de màster.
- Tutories on line.