Màster de Formació Permanent Internacional en Emprenedoria Social i Solidària. 4a Edició.

Codi: 24231010

DADES GENERALS

Curs acadèmic	
Tipus de curs	Màster de Formació Permanent
Nombre de crèdits	60,00 Crèdits ECTS
Matrícula	2.400 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	
Modalitat	Semipresencial
Lloc d'impartició	Universidad Santiago de Chile
Horari	

Direcció

Organitzador	Institut Universitari d'Economia Social i Cooperativa. IUDESCOOP
Direcció	Manuel Monreal Garrido Profesor/a Titular de Escuela Universitaria. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València Ana Garcia Granero Prof. Asociada de la Universidad Politécnica de Valencia y Universidad de Valencia. Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento -INGENIO (CSIC-UPV)

Terminis

Preinscripció al curs	Fins a 21/10/2024
Data inici	Octubre 2024
Data fi	Desembre 2025

Més informació

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

PROGRAMA

Para cada una de las diferentes unidades didácticas que componen este módulo, se presenta a continuación sus descriptores de temas.

UD1 - La economía social y solidaria, fundamentos y políticas públicas
1.1. La Economía Social y Solidaria. Fundamentos
1.1.1. Evolución histórica del concepto de Economía Social
1.1.2. Identificación de los actores o grupos incluidos en la Economía Social
1.1.3. Principales enfoques teóricos relacionados con la Economía Social
1.2. Políticas Públicas de la Economía Social y Solidaria
1.2.1. El proceso de las políticas públicas
1.2.2. Las políticas de fomento de la Economía Social
1.2.3. La praxis de las políticas públicas de fomento de la economía social
1.2.4. La economía social en políticas públicas generales

UD2 - Marketing y responsabilidad social corporativa
2.1. Marketing y emprendimiento social
2.1.1 ¿Qué es el marketing?
2.1.2 Funciones y tipologías de marketing
2.1.3 Enfoques de la filosofía de gestión del marketing
2.1.4 El enfoque de responsabilidad social del marketing
2.1.5 Ética y Marketing
2.1.6 Aportaciones y críticas del marketing en el emprendimiento social
2.2. Marketing estratégico y táctico para el emprendimiento social
2.2.1 Plan de Marketing para el emprendimiento social
2.2.2 El microentorno y el macroentorno de marketing para el emprendimiento social
2.2.3 Estrategias de segmentación, posicionamiento y diferenciación
2.2.4 El marketing operativo para el emprendimiento social
2.2.5 La lógica del servicio en el emprendimiento social

2.3. El marketing social: herramienta de cambio social
2.3.1 Concepto de Marketing Social
2.3.2 Etapas de una campaña de cambio social
2.3.3 El mix de marketing en una campaña de Marketing Social
2.3.4 La adopción de una idea de cambio social: procesos y modelos
2.4. Formación de imagen de marca de RSC
2.4.1 ¿Qué es la imagen de marca de responsabilidad social?
2.4.2 RSC desde la perspectiva del comportamiento del consumidor
2.4.3 Variables que influyen en la formación deimagen de RSC
2.4.4 Herramientas de comunicación de RSC

UD3 - Dirección estratégica de las entidades de la economía social y solidaria
3.1. La Dirección Estratégica y su aplicación a las empresas de la Economía Social
3.1.1. La Dirección Estratégica: orígenes, evolución y proceso
3.1.2. La estrategia empresarial: definición
3.1.3. Niveles de la estrategia
3.1.4. La Dirección Estratégica en diferentes contextos organizativos: Cooperativas, entidades no Lucrativas.
3.2. El diseño del sistema de objetivos en las empresas de la Economía Social
3.2.1. Misión, valores y objetivos en la organización
3.2.2. Gobierno corporativo, problema de agencia y código de buen gobierno
3.2.3. Responsabilidad social empresarial. Especial mención a los ODS
3.2.4. Estructura de gobierno en sociedades cooperativas y entidades no lucrativas
3.3. Diagnóstico del entorno de las empresas de la Economía Social
3.3.1. El entorno en las empresas de Economía Social: concepto y características
3.2. Análisis del entorno general: Análisis PESTEL
3.3.3. Análisis del entorno competitivo y grupos estratégicos
3.3.4. Recursos, capacidades y ventaja competitiva. Análisis VRIO. La importancia de los recursos y las capacidades intangibles.
3.3.5. Diagnóstico estratégico: Análisis DAFO y CAME
3.4. Diseño, evaluación y selección de estrategias
3.4.1. Marco general para el diseño de la estrategia en las empresas de economía social
3.4.2. Decisiones sobre el ámbito de actividad
3.4.3. Decisiones sobre las modalidades de desarrollo
3.4.4. Decisiones sobre el argumento competitivo: estrategias competitivas
3.4.5. Estrategias basadas en la creación de valor
3.4.6. Evaluación y selección de estrategias
3.5. Sistemas de implementación de la estrategia en las empresas de Economía Social
3.5.1. La implementación de la estrategia
5.2. Sistemas de planificación y control. El cuadro de mando integral
5.3. Sistemas de información y comunicación
5.4. Diseño organizativo en las empresas de la Economía Social
5.5. La transformación digital en las empresas de la Economía Social

UD4 - Gestión de personas en las entidades de la economía social y solidaria
4.1. Introducción al comportamiento humano en las instituciones de economía social.
4.1.1. Colaboración y cooperación en las instituciones económicas y sociales
4.1.2. El comportamiento y los incentivos en las organizaciones
4.1.3. Particularidades en las empresas de la Economía Social
4.2. La organización del trabajo y la gestión de personas en las instituciones de economía social
4.2.1. La naturaleza del trabajo en las organizaciones
4.2.2. Diseño de los puestos de trabajo: ejercicio de racionalidad y discrecionalidad
4.2.3. Diseño de los puestos de trabajo: el proceso
4.2.4. Variables e instrumentos del diseño de los puestos de trabajo
4.3. la dirección de personas en las instituciones de la economía social.
4.3.1.- Funciones, tareas y responsabilidades de los miembros de la organización
4.3.2.- Funciones objetivo de la dirección de personas
4.3.3.- Funciones instrumentales de la dirección de personas
4.3.4.- Particularidades de las empresas de Economía Social
4.4. Gestión del voluntariado
4.4.1. El voluntariado en las organizaciones sin ánimo de lucro
4.4.2. Importancia de la gestión del voluntariado
4.4.3. Modelo para la gestión del voluntariado
4.4.4. Permanencia y vinculación del voluntariado en la organización
4.4.5. Motivaciones de los voluntarios y su medición

UD5 - Emprendimiento e innovación social. Internacionalización, ecosistemas y clústeres de economía social
5.1. Innovación Social y Emprendimiento Social
5.1.1. Características diferenciadoras del emprendimiento social
5.1.2. Valor social sostenible
5.1.3. Importancia del emprendimiento social
5.1.4. Emprendimiento e innovación sociales
5.2. Internacionalización, ecosistemas y clústeres de economía social
5.2.1. El entorno o ecosistema de las empresas y entidades de la economía social
5.2.2. La internacionalización de las empresas cooperativas y de eco

Para cada una de las diferentes unidades didácticas que componen este módulo, se presenta a continuación sus descriptores de temas.

UD10 - Entidades de la economía social y solidaria. Marco normativo
10.1. (JOI) La personalidad jurídica y sus formas de organización preferentemente en derecho privado: sociedades, asociaciones, fundaciones, mutualidades y cooperativas. Principales características y diferencias.
10.2. (JOI) El Tercer Sector y su reconocimiento legal e instituciones en Europa y en América Latina. Concepto, principios, acreditación y beneficios.
10.3. (JAS) La Economía Social y Solidaria y su reconocimiento legal e institucional en Europa y en América. Concepto, principios, acreditación y beneficios.
10.4. (JAS) De las empresas de inserción a las empresas sociales. Origen y reconocimiento legal en Europa.
10.5. (JAS) La empresa social (social business, impact business) y su reconocimiento legal e institucional en América. Concepto, principios, acreditación y beneficios.
10.6. (JAS) Perspectiva chilena de la economía social y solidaria, el tercer sector y la empresa social

UD11 - Contratación pública, cláusulas sociales y competencia de las entidades de la economía social y solidaria
11.1. Colaboración público-privada en clave de economía social
a. Las entidades de la economía social como forma de organizar la actividad empresarial
b. Promoción de la colaboración público-privada desde la perspectiva nacional e internacional
11.2. Áreas de colaboración público-privada
a. Colaboración institucional: participación en el capital
b. Colaboración contractual: Contratación del sector público
11.3. Herramientas que faciliten la contratación con entidades de la economía social.
a. Cláusulas sociales
b. Reserva de mercado

UD12 - La economía social y solidaria ante las tecnologías de la información y comunicación
12.1. Seguridad en la red
a. Herramientas tecnológicas y jurídicas
b. Estándares tecnológicos. Blockchain
12.2. Organización corporativa
a. Ejercicio de los derechos por vía telemática
b. Junta general
c. Órgano de administración
12.3. Contratación electrónica
a. Delimitación y Modalidades
b. Perfección y ejecución del contrato
c. Responsabilidad

UD13 - Cooperativismo, entidades no lucrativas y emprendimiento social
Parte I: Función socio-económica, sectores económicos y experiencias en el ámbito internacional
13.I.1. Cooperativismo y emprendimiento
13.I.2. Tercer Sector de Acción Social
13.I.3. Experiencias en el caso de Chile
Parte II: Marcos jurídicos aplicables en Chile
13.II.1. Cooperativas
13.II.2. Asociaciones
13.II.3. Otras formas de Empresa social
Parte III. Requisitos y procedimiento para la puesta en marcha de un proyecto empresarial cooperativo, de entidad no lucrativa o de emprendimiento social

Desarrollo del TFM

PROFESSORAT

Jaime Cristóbal Alcalde Silva

Profesor Asociado Universidad Pontificia de Chile

Sissy Anne Álvarez Villar

Universidad Santiago de Chile

Rafael Chaves Ávila

Catedrático/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Rafael Martín Currás Pérez

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

Rodrigo Alejandro Fábrega Lacoa

Pennsylvania State University, State College, PA PhD in Educational Theory and Policy; dual title in Comparative and

International Education.

Ana Garcia Granero

Prof. Asociada de la Universidad Politécnica de Valencia y Universidad de Valencia. Instituto de Gestión de la Innovación y del Conocimiento -INGENIO (CSIC-UPV)

Luis Edilio Hernández Astudillo

Universidad Santiago de Chile

Andrés Hernández Straub

Universidad de Santiago de Chile

Patricio Andre Inostroza Rebolledo

Universidad de Santiago de Chile

Manuel Monreal Garrido

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

José Luis Monzón Campos

Director Ejecutivo. CIRIEC España

Pedro Narvarte Arregui

Universidad Santiago de Chile

Jesús Olavarría Iglesia

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Dret Mercantil "Manuel Broseta Pont". Universitat de València

Waldo Ezequiel Orellana Zambrano

Profesor Honorario Universitat de València - IUDESCOOP

María del Carmen Pastor Sempere

Profesora Titular de Universidad. Universidad de Alicante. Directora Baes Blockchain

Mario Hernán Radrigán Rubio

Universidad de Santiago de Chile

Teresa Savall Morera

Profesor/a Permanente Laboral PPL. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Alexis Valdés Morán

CIESCOOP

María José Vañó Vañó

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Dret Mercantil "Manuel Broseta Pont". Universitat de València