

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. 8h - 13h 15h-20h

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 14/03/2023
Data inici	Març 2023
Data fi	Desembre 2024

Més informació

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

PROGRAMA

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 d'estratègies.
 - 3.1. Estratègia corporativa
 - 3.2. Estratègia competitiva
 - 3.3. Avaluació i selecció d'estratègies
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

Estratègies corporatives

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 l'estratègia 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'ajustos 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 en l'entorn digital
- 6. L'estratègia de màrqueting internacional
- 6.1. 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 Micromecenatge
- 2. Capital de risc
- 3. Confirming i Factoring
- 4. Crèdit i forfaiting
- 5. Garanties i re-finançament

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 d'Excel per a la presa de decisions financera a curt termini
- 3. Models d'eines de finançament a llarg termini
- 4. Valoració de projectes d'inversió1. Gestión financiera

- 1. Estructura financiera de la empresa
- 2. La financiación a corto plazo
- 3. Las previsiones financieras
- 4. La planificación financiera a largo plazo
- 5. El control económico financiero

2. Control y Gestión de riesgos financieros

- 1. El riesgo de mercado
- 2. El riesgo de crédito
- 3. El riesgo de liquidez
- 4. El riesgo operativo

3. Instrumentos financieros de apoyo a las empresas

1. Business Angels, Crowd Angel y Crowdfunding
2. Capital Riesgo
3. Confirming y Factoring
4. Crédito y forfaiting
5. Garantías y re-afianzamiento

4. Mercados financieros y decisiones empresariales

1. Introducción a los sistemas y mercados financieros
2. Reguladores e intermediarios
3. Mercado de renta fija
4. Mercado de renta variable

5. Mercado interbancario

5. Taller de finanzas con Excel

1. Iniciación a las tablas de Excel
2. Utilización de Excel para la toma de decisiones financiera a corto plazo
3. Modelos de herramientas de financiación a largo plazo
4. Valoración de proyectos de inversión

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 en 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 el ADPT.
- 5.2.- La captació eficient: fases, processos i objectius.
- 5.3.- L'anàlisi de l'acompliment com a factor de disseny de les polítiques de capacitat.
- 5.4.- La capacitat del personal com a vehicle del desenvolupament professional de l'individu.
- 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: l

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 en 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 en el comerç exterior

3.1.1. Transport i logística

3.1.2. Administratiu

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

Treball Fí 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:

i. Situació financera

ii. Organització

iii. Recursos humans

iv. . Recursos productius

v. Cartera de productes/serveis

vi. . Estratègia de màrqueting

vii. . Responsabilitat social corporativa

b. Anàlisi externa:

i. Entorn general: oportunitats i amenaces

ii. Entorn competitiu: oportunitats i amenaces

3. Disseny de l'estratègia:

i. Objectius

ii. Decisions: sobre l'àmbit de l'activitat, estratègies corporatives i estratègies competitives

4. Implementació de l'estratègia:

i. Recursos financers

ii. Disseny organitzatiu

iii. Recursos humans

iv. . Recursos productius

v. Productes/serveis

vi. . Estratègia de màrqueting

vii. . Responsabilitat social corporativa

viii. Cronograma d'execució

PROFESSORAT

María Haydee Calderón García

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

Elvira Cerver Romero

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

José Manuel Comeche Martínez

Contratado/a Doctor/a. 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

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 seues àrees funcionals.
- Autoocupació a través d'iniciatives de emprendedurismo
- Docència en l'àmbit de l'empresa i la consultoria
- Consultoria d'empreses.

Objectius del curs:

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 contribuïsqen de manera decisiva al desenvolupament d'empreses existents i la generació de noves idees de negocis en ambients dinàmics i amb una clara vocació internacional.