

## DADES GENERALS

## Curs acadèmic

<b>Tipus de curs</b>	Màster de Formació Permanent
<b>Nombre de crèdits</b>	60,00 Crèdits ECTS
<b>Matrícula</b>	2.400 euros (import preu públic)
<b>Requisits d'accés</b>	Titulats universitaris i Professionals amb titulació universitària residents a Xile que estiguen interessats en empenedoria social i solidària nacional i internacional
<b>Modalitat</b>	Semipresencial
<b>Lloc d'impartició</b>	Universidad Santiago de Chile
<b>Horari</b>	Sempresencial

## Direcció

<b>Organitzador</b>	Institut Universitari d'Economia Social, Cooperativisme i Emprendiment. IUDESCOOP
<b>Direcció</b>	Manuel Monreal Garrido Profesor/a Titular de Escuela Universitaria. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València Mario Hernán Radrigán Rubio

## Terminis

<b>Preinscripció al curs</b>	Fins a 25/02/2024
<b>Data inici</b>	Març 2024
<b>Data fi</b>	Març 2025

## Més informació

<b>Telèfon</b>	961 603 000
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:informacio@adeituv.es">informacio@adeituv.es</a>

## PROGRAMA

## Economia Social i Solidària

Per a cadascuna de les diferents unitats didàctiques que componen aquest mòdul, es presenta a continuació els seus descriptors de temes.

## UD1 - L'economia social i solidària, fonaments i polítiques públiques

- 1.1. L'Economia Social i Solidària. Fonaments
  - 1.1.1. Evolució històrica del concepte d'Economia Social
  - 1.1.2. Identificació dels actors o grups inclosos en l'Economia Social
  - 1.1.3. Principals enfocaments teòrics relacionats amb l'Economia Social
- 1.2. Polítiques Públiques de l'Economia Social i Solidària
  - 1.2.1. El procés de les polítiques públiques
  - 1.2.2. Les polítiques de foment de l'Economia Social
  - 1.2.3. La praxi de les polítiques públiques de foment de l'economia social
  - 1.2.4. L'economia social en polítiques públiques generals

## UD2 - Màrqueting i responsabilitat social corporativa

- 2.1. Màrqueting i empenedoria social
  - 2.1.1. Què és el màrqueting?
  - 2.1.2. Funcions i tipologies de màrqueting
  - 2.1.3. Enfocaments de la filosofia de gestió del màrqueting
  - 2.1.4. L'enfocament de responsabilitat social del màrqueting
  - 2.1.5. Ètica i Màrqueting
  - 2.1.6. Aportacions i crítiques del màrqueting en l'empenedoria social
- 2.2. Màrqueting estratègic i tàctic per a l'empenedoria social
  - 2.2.1. Pla de Màrqueting per a l'empenedoria social
  - 2.2.2. El microentorn i el macroentorn de màrqueting per a l'empenedoria social
  - 2.2.3. Estratègies de segmentació, posicionament i diferenciació
  - 2.2.4. El màrqueting operatiu per a l'empenedoria social

- 2.2.5 La lògica del servei en l'emprenedoria social
- 2.3. El màrqueting social: eina de canvi social
  - 2.3.1 Concepte de Màrqueting Social
  - 2.3.2 Etapes d'una campanya de canvi social
  - 2.3.3 El mix de màrqueting en una campanya de Màrqueting Social
  - 2.3.4 L'adopció d'una idea de canvi social: processos i models
- 2.4. Formació d'imatge de marca de RSC
  - 2.4.1 Què és la imatge de marca de responsabilitat social?
  - 2.4.2 RSC des de la perspectiva del comportament del consumidor
  - 2.4.3 Variables que influeixen en la formació de imatge de RSC
  - 2.4.4 Eines de comunicació de RSC

#### UD3 - Direcció estratègica de les entitats de l'economia social i solidària

- 3.1. La Direcció Estratègica i la seua aplicació a les empreses de l'Economia Social
  - 3.1.1. La Direcció Estratègica: orígens, evolució i procés
  - 3.1.2. L'estratègia empresarial: definició
  - 3.1.3. Nivells de l'estratègia
  - 3.1.4. La Direcció Estratègica en diferents contextos organitzatius: Cooperatives, entitats no Lucratives.
- 3.2. El disseny del sistema d'objectius en les empreses de l'Economia Social
  - 3.2.1. Missió, valors i objectius en l'organització
  - 3.2.2. Govern corporatiu, problema d'agència i codi de bon govern
  - 3.2.3. Responsabilitat social empresarial. Especial esment als ODS
  - 3.2.4. Estructura de govern en societats cooperatives i entitats no lucratives
- 3.3. Diagnòstic de l'entorn de les empreses de l'Economia Social
  - 3.3.1. L'entorn en les empreses d'Economia Social: concepte i característiques
- 3.2. Anàlisi de l'entorn general: Anàlisi PESTEL
  - 3.3.3. Anàlisi de l'entorn competitiu i grups estratègics
  - 3.3.4. Recursos, capacitats i avantatge competitiu. Anàlisi VRIO. La importància dels recursos i les capacitats intangibles.
- 3.3.5. Diagnòstic estratègic: Anàlisi DAFO i CAME
- 3.4. Disseny, avaluació i selecció d'estratègies
  - 3.4.1. Marc general per al disseny de l'estratègia en les empreses d'economia social
  - 3.4.2. Decisions sobre l'àmbit d'activitat
  - 3.4.3. Decisions sobre les modalitats de desenvolupament
  - 3.4.4. Decisions sobre l'argument competitiu: estratègies competitives
  - 3.4.5. Estratègies basades en la creació de valor
  - 3.4.6. Avaluació i selecció d'estratègies
- 3.5. Sistemes d'implementació de l'estratègia en les empreses d'Economia Social
  - 3.5.1. La implementació de l'estratègia
- 5.2. Sistemes de planificació i control. El quadre de comandament integral
- 5.3. Sistemes d'informació i comunicació
- 5.4. Disseny organitzatiu en les empreses de l'Economia Social
- 5.5. La transformació digital en les empreses de l'Economia Social

#### UD4 - Gestió de persones en les entitats de l'economia social i solidària

- 4.1. Introducció al comportament humà en les institucions d'economia social.
  - 4.1.1. Col·laboració i cooperació en les institucions econòmiques i socials
  - 4.1.2. El comportament i els incentius en les organitzacions
  - 4.1.3. Particularitats en les empreses de l'Economia Social
- 4.2. L'organització del treball i la gestió de persones en les institucions d'economia social
  - 4.2.1. La naturalesa del treball en les organitzacions
  - 4.2.2. Disseny dels llocs de treball: exercici de racionalitat i discrecionalitat
  - 4.2.3. Disseny dels llocs de treball: el procés
  - 4.2.4. Variables i instruments del disseny dels llocs de treball
- 4.3. la direcció de persones en les institucions de l'economia social.
  - 4.3.1.- Funcions, tasques i responsabilitats dels membres de l'organització
  - 4.3.2.- Funcions objectiu de la direcció de persones
  - 4.3.3.- Funcions instrumentals de la direcció de persones
  - 4.3.4.- Particularitats de les empreses d'Economia Social
- 4.4. Gestió del voluntariat
  - 4.4.1. El voluntariat en les organitzacions sense ànim de lucre
  - 4.4.2. Importància de la gestió del voluntariat
  - 4.4.3. Model per a la gestió del voluntariat
  - 4.4.4. Permanència i vinculació del voluntariat en l'organització
  - 4.4.5. Motivacions dels voluntaris i el seu mesurament

#### UD5 - Emprenedoria i innovació social. Internacionalització, ecosistemes i clústers d'economia social

- 5.1. Innovació Social i Emprenedoria Social
  - 5.1.1. Característiques diferenciadores de l'emprenedoria social
  - 5.1.2. Valor social sostenible
  - 5.1.3. Importància de l'emprenedoria social
  - 5.1.4. Emprenedoria i innovació socials
- 5.2. Internacionalització, ecosistemes i clústers d'economia social
  - 5.2.1. L'entorn o ecosistema de les empreses i entitats de l'economia social

## 5.2.2. La internacionalització de les empreses cooperatives i de ressò

### Dret de l'Economia Social i Solidària

---

Per a cadascuna de les diferents unitats didàctiques que componen aquest mòdul, es presenta a continuació els seus descriptors de temes.

UD10 - Entitats de l'economia social i solidària. Marc normatiu

10.1. (JOI) La personalitat jurídica i les seues formes d'organització preferentment en dret privat: societats, associacions, fundacions, mutualitats i cooperatives. Principals característiques i diferències.

10.2. (JOI) El Tercer Sector i el seu reconeixement legal i institucions a Europa i a Amèrica Llatina. Concepte, principis, acreditació i beneficis.

10.3. (JAS) L'Economia Social i Solidària i el seu reconeixement legal i institucional a Europa i a Amèrica. Concepte, principis, acreditació i beneficis.

10.4. (JAS) De les empreses d'inserció a les empreses socials. Origen i reconeixement legal a Europa.

10.5. (JAS) L'empresa social (social business, **\*\*impact \*\*business**) i el seu reconeixement legal i institucional a Amèrica. Concepte, principis, acreditació i beneficis.

10.6. (JAS) Perspectiva xilena de l'economia social i solidària, el tercer sector i l'empresa social

UD11 - Contractació pública, clàusules socials i competència de les entitats de l'economia social i solidària

11.1. Col·laboració públic-privada en clau d'economia social

a. Les entitats de l'economia social com a manera d'organitzar l'activitat empresarial

b. Promoció de la col·laboració públic-privada des de la perspectiva nacional i internacional

11.2. Àrees de col·laboració públic-privada

a. Col·laboració institucional: participació en el capital

b. Col·laboració contractual: Contractació del sector públic

11.3. Eines que faciliten la contractació amb entitats de l'economia social.

a. Clàusules socials

b. Reserva de mercat

UD12 - L'economia social i solidària davant les tecnologies de la informació i comunicació

12.1. Seguretat en la xarxa

a. Eines tecnològiques i jurídiques

b. Estàndards tecnològics. Blockchain

12.2. Organització corporativa

a. Ejercici dels drets per via telemàtica

b. Junta general

c. Òrgan d'administració

12.3. Contractació electrònica

a. Delimitació i Modalitats

b. Perfecció i execució del contracte

c. Responsabilitat

### Treball de Fi de Màster

---

Desenvolupament 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

---

### 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

---

**Pablo Náchar Calderón**

Universidad Santiago de Chile

---

**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

---

**Mario Hernán Radrigán Rubio**

Universidad de Santiago de Chile

---

**Teresa Savall Morera**

Contratado/a Doctor/a. 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

---

**OBJECTIUS**

Les sortides professionals que té el curs són:

És una realitat que vivim en un entorn globalitzat en el qual el desenvolupament de l'economia social i solidària impulsa accions que ajuden el mercat a incorporar entitats de caràcter social. En tots els països del nostre entorn les iniciatives solidàries són creixents, situació que no ha passat desapercebuda per a la Universitat de València, que atenta a les necessitats actuals de la societat imparteix el Màster Propi Internacional en Emprenedoria Social i Solidària per a satisfer la demanda d'una formació especialitzada en el tema.

Per tot això, des de l'Institut Universitari en Economia Social, Cooperativisme i Emprenedoria (IUDESCOOP), la Universitat de València ofereix el Màster Propi Internacional en Emprenedoria Social i Solidària, que aborda matèries que es vinculen amb l'emprenedoria social i solidària sota una perspectiva i angle internacional.

Gràcies al màster els professionals que l'acrediten adquiriran les següents destreses i habilitats:

- Comprendre la importància de prestar especial atenció a l'emprenedoria en el que és fonamental: les persones i no el capital.
- Comprendre i analitzar tots aquells aspectes essencials per a iniciar una activitat emprenedora, des de temes d'índole econòmica i jurídica, fins de recursos humans, de màrqueting social i d'estratègia emprenedora, entre altres.
- Tindre una sòlida formació en emprenedoria social i solidària des d'una perspectiva internacional.

Gràcies al caràcter interdisciplinari del Màster Propi Internacional en Emprenedoria Social i Solidària, així com la incorporació al claustre de professors d'especialistes de la nostra universitat i de la Universitat de Santiago de Xile el doten de major valor, a més de que tenen un impacte major a Llatinoamèrica.

El Màster de Formació Permanent Internacional en Emprenedoria Social i Solidària, que s'impartirà DE MANERA SEMIPRESENCIAL (a Xile i ONLINE) ÉS FRUIT DEL CONVENI SIGNAT PER LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA AMB LA UNIVERSITAT DE SANTIAGO DE XILE ES DIRIGEIX PRINCIPALMENT A titulats universitaris residents a Xile i té per objecte l'anàlisi del sector de l'economia social i solidària des d'una perspectiva internacional, així com un interès profund a proporcionar formació en emprenedoria social solidària en un entorn que cada vegada és més globalitzat, amb entitats de l'economia social, més resilients a les crisis econòmiques, que compten amb un lloc especial dins dels mercats, nacionals i internacionals.

A més, el Màster de Formació Permanent Internacional en Emprenedoria Social i Solidària està consolidat en els següents pilars: emprenedoria a través de l'economia social i solidària; anàlisi de les diferents opcions depenent de característiques socials, econòmiques i de l'entorn, polítiques públiques de foment de l'economia social i solidària, el màrqueting social (com a eina de canvi social), les tendències socials en la direcció estratègica, l'organització del treball i la gestió de persones en les institucions d'economia social, l'ecosistema de les empreses i entitats de l'economia social, el tractament comptable i fiscal en empreses d'economia social, la col·laboració públic privada o la cooperació al desenvolupament a través de les entitats de l'economia social i cooperativa, així com la gestió de projectes.

Avantatges de cursar el Màster de Formació Permanent Internacional en Emprenedoria Social i Solidària:

1. En estar vinculat amb el desenvolupament social, amb el treball digne, amb la igualtat, així com amb els Objectius del Desenvolupament Sostenible, el màster ofereix eines formatives a altres països, tant europeus com llatinoamericans.
2. Atés que l'emprenedoria social i solidària està adquirint major rellevància, en ser defensat per diferents fòrums tant nacionals com internacionals, comptar amb professionals que estiguen dotats d'aquestes eines serà fonamental no sols en el present, sinó en els anys futurs

## METODOLOGÍA

El Màster de Formació Permanent Internacional en Emprenedoria Social i Solidària, que s'impartirà DE MANERA SEMIPRESENCIAL (a Xile I EN LÍNIA) ÉS FRUIT DEL CONVENI SIGNAT PER LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA AMB LA UNIVERSITAT DE SANTIAGO DE XILE ES DIRIGEIX PRINCIPALMENT a titulats universitaris residents a Xile i té per objecte l'anàlisi del sector de l'economia social i solidària des d'una perspectiva internacional.