TÍTOLS PROPIS
VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Diploma de Especialización en Consultoría de la Economía del Bien Común. 4.ª Edición.
Código: 21122440

DATOS GENERALES

Curso académico	
Tipo de curso	Diploma de Especialización
Número de créditos	30,00 Créditos ECTS
Matrícula	800 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Titulados/as universitarios/as y Profesionales y Empresarios/as interesados en conseguir la homologación de Consultor acreditado en EBC. Titulados universitarios: Licenciados y/o Graduados, preferentemente en Administración y Dirección de Empresas, Economía, Finanzas y Contabilidad Profesionales y empresarios: con experiencia en empresas sociales y de la EBC. Requisitos específicos: Conocimientos previos en gestión empresarial acreditados bien con experiencia empresarial o en consultoría o bien con conocimientos reglados (titulaciones o cursos) en temas de gestión empresarial.
Modalidad	On-line
Lugar de impartición	Online
Horario	Online

Dirección

Organizador	Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras"
Colaborador	Asociación Valenciana para el fomento de la Economía del Bien Común
Dirección	Joan Ramón Sanchis Palacio Catedrático/a de Universidad. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València María Amigo Pérez Presidenta. Asociación Valenciana para el fomento de la Economía del Bien Común

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 25/09/2021
Fecha inicio	Octubre 2021
Fecha fin	Julio 2022

Más información

Teléfono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Fundamentos de la EBC. La consultoría EBC

Orígenes, evolución y situación actual de la EBC
El origen de la actual crisis del modelo capitalista
El modelo de la Economía del Bien Común
El bien común en la historia

1.1 Primeros pasos del movimiento EBC y situación actual

1.2. El modelo de la EBC y sus aportaciones a la gestión organizacional
1.2.1 La gestión tradicional de una organización
1.2.2 La gestión orientada al bien común
1.2.2.1 Ventajas que presenta
1.2.2.2 Retos que afronta
1.2.2.3 Herramientas, metodologías y casos de éxito

1.3. Relación del modelo de la EBC con otras alternativas económicas
1.3.1 Economía Social y Solidaria
1.3.2 Economía Circular
1.3.3 Economía Colaborativa
1.3.4 Economía Azul

1.3.5 Economía Ecológica

1.4. El rol de consultor/a de la EBC
Rol de la consultoría empresarial
Código ético de la consultoría EBC
Funciones de la consultoría EBC
El rol del consultor en el movimiento EBC

1.5. Auditoría de la EBC. Las tres semillas.
Categorías del BBC: Las tres semillas
La Auditoría empresarial tradicional
La Evaluación Peer
La Auditoría externa

La EBC y la Empresa Social

2.1. El concepto de Empresa Social y su relación con la EBC.
2.1.1. Economía Social y empresa social: marco de ubicación y conceptual.
2.1.2. Modelos de crecimiento, innovación y mercados sociales en la empresa social.
2.1.3. La ECB y la empresa social: hacia el sustrato común.
2.1.4. Buenas prácticas de empresa social. La perspectiva internacional

2.2. Emprendimiento e Innovación Social.
2.2.1. Marco conceptual de la innovación social.
2.2.2. El proceso de la innovación social (I): de la creatividad al modelo de negocio inclusivo.
2.2.3. El proceso de la innovación social (II): implementación y comunicación.
2.2.4. La experiencia en innovación social: la empresa del Bien Común innovadora.

2.3. El papel de la EBC en el Emprendimiento Social
2.3.1. Sobre el concepto del emprendimiento social. El perfil y las características del emprendedor social.
2.3.2. Tipologías de empresas sociales. Factores clave de éxito en el emprendimiento social.
2.3.3. La empresa del bien común en la creación y diseminación del valor social.
2.3.4. Buenas prácticas en emprendimiento social desde el modelo del Bien Común.

2.4. La RSE y la Economía del Bien Común
2.4.1. Marco conceptual de la RSE: idea, principios, enfoques. Vinculación marco con la ECB.
2.4.2. Dimensión interna de la RSE. Compromisos laborales, ambientales, con la cadena productiva, y de buen gobierno.
2.4.3. RSE y entorno social. La ECB en la ciudadanía corporativa.
2.4.4. Anclaje RSE y empresas del Bien Común: perspectiva de sinergias mutuas versus perspectiva sistémica.

2.5. Sostenibilidad y Economía del Bien Común.
2.5.1. Circundando el concepto de sostenibilidad.
2.5.2. La gestión de la sostenibilidad: económica, social y ambiental.
2.5.3. Gestión del cambio global y economía ecológica.
2.5.4. Las empresas del bien común hacia el reto de la sostenibilidad.

Aspectos jurídicos y fiscales relacionados con la EBC

1. Reconocimiento institucional y jurídico de la EBC. Formas jurídicas de las empresas e instituciones de la EBC.
2. Conceptos legales para el cumplimiento de la matriz EBC (I) La normativa que afecta a los trabajadores.
3. Conceptos legales para el cumplimiento de la matriz EBC (II) Deber de contribuir a los gastos públicos.
4. Políticas sociales/medioambientales y de fomento de la EBC de las Administraciones Públicas (I): La contratación pública a través de los criterios de la EBC.
5. Políticas sociales/medioambientales y de fomento de la EBC de las Administraciones Públicas (II): ayudas y subvenciones y medidas fiscales de incentivo.

Herramientas del consultor de la EBC I. Fundamentos: el plan estratégico

4.1. Modelo de negocio y creación de valor compartido
4.1.1. Modelo de negocio y creación de valor
4.1.2. Valor compartido: relación entre valor económico y valor social

4.2. El modelo Canvas de triple capa
4.2.1. Modelo Canvas: definición y proceso
4.2.2. La triple capa del modelo

4.3. La innovación estratégica
4.3.1. Concepto de innovación estratégica
4.3.2. Tipos de innovación estratégica
4.3.3. El desarrollo de la innovación estratégica en la EBC

4.4. El Plan estratégico: formulación e implementación
4.4.1. Definición y utilidad del Plan estratégico
4.4.2. El proceso de formulación
4.4.3. El proceso de implementación

4.5. Estrategias empresariales y Balanced Scorecard

4.5.1. La estrategia empresarial: concepto y uso
4.5.2. Los niveles de la estrategia empresarial
4.5.3. El Balanced Scorecard

Herramientas del consultor de la EBC II. El corazón del modelo: el Balance del Bien Común

5.1. Proveedores y financiadores (Temas A y B)
5.1.1. A 1. Gestión ética de los suministros.
5.1.2. B 1. Gestión ética de las finanzas

5.2. Personal (Temas C)
5.2.1. C 1. Calidad del puesto de trabajo e igualdad
5.2.2. C 2. Reparto justo del volumen de trabajo y empleabilidad
5.2.3. C 3. Promoción del comportamiento ecológico del equipo humano
5.2.4. C 4. Reparto justo de la renta (Retribución equitativa, responsable y transparente)
5.2.5. C 5. Democracia interna y transparencia

5.3. Clientes, Productos y servicios, Otras empresas (Temas D)
5.3.1. D 1. Venta ética
5.3.2. D 2. Solidaridad con otras empresas
5.3.3. D 3. Concepción ecológica de productos y servicios
5.3.4. D 4. Concepción social de productos y servicios
5.3.5. D 5. Aumento de los estándares sociales y sectoriales

5.4. Entorno (Temas E)
5.4.1. E 1. Efecto social / significado del producto / servicio (impacto social de la organización en su conjunto)
5.4.2. E 2. Aportación a la comunidad
5.4.3. E 3. Reducción de efectos ecológicos
5.4.4. E 4. Minimización del reparto de ganancias a terceros
5.4.5. E 5. Transparencia social y participación en la toma de decisiones

5.5. La aplicación del BBC a los Municipios EBC.
5.5.1.Introducción a la matriz del Bien Común para municipios.
5.5.2. La Matriz del Bien Común Municipal.
5.5.3. Los indicadores del BBC Municipal.
5.5.4.Herramientas para el cálculo del BBC Municipal.

Herramientas del consultor de la EBC III. Acompañando a empresas y organizaciones: los grupos de interés en el BBC

6.1. La Matriz del Bien Común
6.1.1. Los grupos de contacto o stakeholders
6.1.2. Los valores en las organizaciones
6.1.3. Evolución, actualizaciones y versiones de la Matriz
6.1.4. La Matriz del Bien Común de municipios; diferencias y particularidades

6.2. La Guía de elaboración del Balance del Bien Común
6.2.1. Medir el Fin orientado al Bien Común
6.2.2. Los Temas, Aspectos y Objetivos a evaluar en la Matriz
6.2.3. Tablas de valoración y porcentajes; de ¿principiante a ejemplar¿
6.2.4. Relaciones entre algunos Temas de la matriz y valoraciones coincidentes
6.2.5. Herramientas de apoyo y "pool" de indicadores

6.3. Herramientas de Valoración: Análisis y Diagnóstico
6.3.1. Libro de cálculo
6.3.2. Estructura del libro de cálculo
6.3.3. Análisis y diagnóstico de cada Tema
6.3.4. Consideraciones cuando un aspecto a evaluar,"no aplica" en la organización
6.3.5. Diagramas por indicadores y valores para el Plan de Mejora

6.4. El Informe del Balance del Bien Común
6.4.1. Descripción de cada tema y aspecto de la matriz
6.4.2. Identificar, medir y analizar
6.4.3. Evidencias y hallazgos
6.4.4. Gestión de indicadores
6.4.5. Puntos fuertes, alternativas y áreas de mejora

6.5. El Plan de Mejora
6.5.1. Identificación de las acciones de mejora
6.5.2. Priorización de las acciones de mejora
6.5.3. Creación de los indicadores y definición de los objetivos
6.5.4. Establecimiento de los procesos de medición
6.5.5. Elaboración del plan de mejora

La EBC y el marketing social

7.1. Marketing, Sociedad y EBC
7.1.1 Concepto y alcance del marketing

7.1.2 Funciones y tipologías de marketing
7.1.3 Marketing y Economía del Bien Común
7.1.4 Ética y Marketing
7.1.5 Críticas al Marketing

7.2. El enfoque del Marketing Social
7.2.1 Concepto de Marketing Social
7.2.2 El Marketing Social como herramienta de cambio social
7.2.3 Etapas de una campaña de cambio social para la promoción de la EBC
7.2.4 El Producto en una campaña de Marketing Social
7.2.5 La Comunicación en una campaña de Marketing Social

7.3. El adoptante objetivo en una campaña de Marketing Social
7.3.1 El proceso de adopción de una idea social por parte del adoptante objetivo
7.3.2 Modelos psicológicos de adopción de una idea social
7.3.3 Factores intrínsecos y extrínsecos que influyen en los adoptantes objetivo

7.4. Desarrollo de las estrategias de Marketing en entidades de la EBC
7.4.1 Naturaleza y contenido del Plan de Marketing en una entidad de la EBC
7.4.2 El microentorno y el macroentorno de marketing y ECB
7.4.3 Segmentación, posicionamiento y diferenciación
7.4.4 Estrategias de marketing para entidades de la ECB

7.5. El Marketing operativo en las entidades de la EBC
7.4.1 El marketing operativo en la EBC
7.5.2 El Producto en una entidad de la ECB
7.5.3 La lógica del servicio en entidades de la ECB
7.5.4 La Comunicación en entidades de la ES
7.5.5 Precio y Distribución en una entidad de ES

La EBC y la banca ética y social

8.1. La Inversión Socialmente Responsable y la EBC
8.1.1. Orígenes y concepto de ISR
8.1.2. Características y tipos de ISR
8.1.3. La ISR en el modelo de la EBC

8.2. Modelos de Banca Ética
8.2.1. Orígenes, concepto y características de la banca ética
8.2.2. Diferentes modelos de banca ética
8.2.3. La banca ética en el modelo de la EBC

8.3. Modelos de Banca Cooperativa
8.3.1. Orígenes, concepto y características de la banca cooperativa
8.3.2. Diferentes modelos de banca cooperativa
8.3.3 La banca cooperativa en el modelo de la EBC

8.4. Otros modelos no bancarios de financiación ética y solidaria
8.4.1. Las microfinanzas
8.4.2. Financiación cooperativa no bancaria: servicios financieros
8.4.3. Otras formas de financiación no bancaria

8.5. Las finanzas colaborativas
8.5.1. El micromecenazgo
8.5.2. El Crowfunding
8.5.3. Su relación con el modelo de la EBC

Buenas prácticas y casos reales de implantación de la EBC en empresas y municipios

9.1. Aplicación del BBC en empresas y organizaciones con ánimo de lucro
9.1,1. Las empresas de capitales. Aspectos singulares de las empresas de capitales según la EBC. Limitaciones
9.1.2. Los temas y aspectos del BBC aplicados a empresas de capitales
9.1.3. El BBC como herramienta de gestión. Integración con el Cuadro de Mando
9.1.4. La realización de un proyecto de implantación del BBC. Equipo de trabajo
9.1.5. Estudio de caso en empresa de capitales

9.2 Aplicación del BBC en empresas y organizaciones sin ánimo de lucro
9.2.1 ¿Qué es una empresa social?
9.2.2. Particularidades específicas de aplicación del BBC en empresas y organizaciones sociales
9.2.3. Beneficios de la aplicación del BBC en empresas sociales
9.2.4. Buenas prácticas EBC en empresas y organizaciones sociales
9.2.5. Estudio de caso en empresa/organización social.

9.3. Aplicación del BBC en empresas y organizaciones del sector público
9.3.1. Hoja de ruta para implementar el BBC en los Municipios
9.3.2. El informe al BBC Municipal

9.3.3. El plan de mejora.
9.3.4. Buenas prácticas EBC en municipios
9.3.5. Estudio de caso en municipio

9.4. Otras aplicaciones en desarrollo
9.4.1. El BBC en centros educativos.
9.4.2. El BBC en grandes empresas
9.4.3. Proyectos base de la Pirámide (BdP)
9.4.4. Otras aplicaciones del BBC en desarrollo

9.5. Evolución y situación actual de empresas y organizaciones pioneras

Elaboración del Balance del Bien Común en una empresa real

Al tratarse de una asignatura exclusivamente de carácter práctico, carece de una programación determinada. El programa y los contenidos a aplicar por parte del alumno/a son los correspondientes a las 9 asignaturas previas.

PROFESORADO

Manuel Alegre Nueno

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Dret del Treball i de la Seguretat Social. Universitat de València

María del Pilar Alguacil Marí

Catedrático/a de Universidad. Departament de Dret Financer i Història del Dret. Universitat de València

María Amigo Pérez

Presidenta. Asociación Valenciana para el fomento de la Economía del Bien Común

Vanessa Campos Climent

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

Rafael Martín Currás Pérez

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

José Gámiz González

Director de RRHH. Innovacom Móviles, S.L.

Albert Huerta Molina

Consultor. Consultor AEBC

Camilla Miraudo

Consultor AEBC

Ramón Morata Senar

Consultor. Consultor AEBC

Pedro Olazabal Herrero

Consultor. Consultor AEBC

Andreu Pérez Martínez

Consultor. Consultor AEBC

Alfonso Ribarrocha Ribarrocha

Consultor AEBC

José Miguel Ribera Esteve

Consultor AEBC

Antonia Sajardo Moreno

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

Joan Ramón Sanchis Palacio

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

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Consultoría en empresas sociales, empresas de capitales y en Administraciones Públicas que estén implantando el modelo de la EBC.

Tareas de gestión en empresas de la EBC.

El objetivo del presente curso es el de dar a conocer el modelo de la EBC y enseñar a usar las herramientas de dicho modelo, en particular, el Balance del Bien Común y la Matriz del Bien Común. Con ello, se consigue que las empresas puedan implantar los valores y criterios de la EBC. Se pretende formar técnicos especializados en consultoría de la EBC con el fin de facilitar la implantación del Balance del Bien Común y los planes de mejora en las empresas y organizaciones. Se creará una bolsa de consultores la EBC capaces de asesorar y acompañar a empresas y organizaciones en la implantación de las herramientas de la EBC.

METODOLOGÍA

El proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura se apoyará en los métodos del trabajo auto-guiado y del método del caso a través del uso del Aula Virtual y de las tutorías virtuales.
A través del Aula Virtual se ofrecerá documentación exhaustiva y suficiente al alumno para que pueda adquirir los conocimientos necesarios. Las fuentes de información que se utilizarán serán: manuales y libros teóricos, artículos científicos y de difusión, documentación sobre casos prácticos, noticias de prensa, Internet o de las redes sociales, entre otras.
En todo momento se buscará la implicación del alumno y la asunción por él mismo de responsabilidad y compromiso en la adquisición y aplicación de conocimientos. Para ello se le propondrá la realización de tareas concretas a través del Aula Virtual: lectura de capítulos de libros, artículos y otros documentos, análisis y resolución de casos prácticos e interpretación de determinadas noticias o información. También se incentivará entre los alumnos el uso del foro de debate de la asignatura con el fin de generar debate y discusión en torno a aspectos relevantes de la asignatura.
Con el uso de esta metodología se busca desarrollar las competencias genéricas y específicas necesarias para alcanzar los resultados del aprendizaje expuestos en el apartado anterior de la presente guía docente. De este modo, los estudiantes analizarán y sintetizarán información procedente de distintas fuentes -entrevistas, análisis de bases de datos, artículos de prensa, observación directa, libros, etc.-, trabajarán la comunicación escrita -mediante la presentación de un informe escrito- y la interrelación dentro del grupo de trabajo (alumnos de la asignatura) a través del uso de los foros de debate.