

## DATOS GENERALES

## Curso académico

<b>Tipo de curso</b>	Master Propio
<b>Número de créditos</b>	60,00 Créditos ECTS
<b>Matrícula</b>	1.600 euros (importe precio público)
<b>Requisitos de acceso</b>	Licenciados o graduados en titulaciones que hayan realizado estudios que estén relacionados con el ámbito de la Economía, los Negocios y la Empresa. Licenciados o graduados en otras titulaciones que tengan experiencia profesional en el ámbito de los Negocios.
<b>Modalidad</b>	Semipresencial
<b>Lugar de impartición</b>	Universidad de Ibagué - Colombia
<b>Horario</b>	Presencialidad jueves, viernes y sábado. Los profesores de la Universidad de Valencia daran el modulo presencial de manera concentrada

## Dirección

<b>Organizador</b>	Institut Interuniversitari d'Economia Internacional
<b>Dirección</b>	María Haydee Calderón García Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València Teresa Fayos Gardo Contratado/a Doctor/a. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

## Plazos

<b>Preinscripción al curso</b>	Hasta 05/03/2020
<b>Fecha inicio</b>	Marzo 2020
<b>Fecha fin</b>	Diciembre 2021

## Más información

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

## PROGRAMA

## Dirección Estratégica (Management)

1. Introducción: de la Dirección de Empresas a la Dirección Estratégica
2. Análisis estratégico
  - 2.1. Propósito estratégico
  - 2.2. Análisis externo
  - 2.3. Análisis interno
3. Diseño, valoración y selección de estrategias.
  - 3.1. Estrategia corporativa
  - 3.2. Estrategia competitiva
  - 3.3. Evaluación y selección de estrategias
4. Implementación de las estrategias
  - 4.1. Sistemas de planificación y control.
  - 4.2. Implementación y diseño organizativo
  - 4.3. Implementación y estilos de dirección y liderazgo
  - 4.4. Implementación y cultura organizativa

## Estrategias Corporativas

1. Introducción a las estrategias corporativas
2. Determinación del ámbito de actividad: especialización vs diversificación
  - 2.1. La estrategia de expansión
  - 2.2. La estrategia de diversificación
3. Estrategias de internacionalización

- 3.1. Decisión sobre el ámbito geográfico de actuación
- 3.2. El proceso de internacionalización
- 3.3. Modalidades y procesos de internacionalización
- 3.4. Tipos de estrategias internacionales
- 4. Modalidades de desarrollo.
  - 4.1. Decisiones sobre la modalidad de desarrollo
  - 4.2. Fusiones y adquisiciones
  - 4.3. Alianzas estratégicas
- 5. Estrategias de supervivencia
  - 5.1. Estrategias de supervivencia y de abandono
  - 5.2. El proceso de refluotamiento

## Finanzas Corporativas

---

- 1. 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

## Dirección Comercial (Márketing)

---

- 1. Definición y estrategia de marketing
  - 1.1. Definición de Marketing y proceso de Marketing.
  - 1.2. El mercado y las necesidades del cliente
  - 1.3. Diseño de la estrategia de marketing
  - 1.4. Las relaciones con el cliente.
  - 2. Segmentación, posicionamiento y comportamiento del consumidor
    - 2.1. La segmentación de mercados
    - 2.2. El posicionamiento
    - 2.3. Factores que influyen en el comportamiento del consumidor
    - 2.4. El proceso de decisión de compra
  - 3. Estrategia de producto y servicio: construir valor para el cliente
    - 3.1. Concepto de producto
    - 3.2. Decisiones sobre productos
    - 3.3. Estrategia de marca
    - 3.4. Estrategia de servicios
  - 4. Estrategia de Precios
    - 4.1. Estrategias de fijación de precios
    - 4.2. . Estrategias de ajustes de precios
    - 4.3. Variaciones de precios
  - 5. Estrategia de distribución y comunicación
    - 5.1. El canal de distribución
    - 5.2. Decisiones sobre el diseño del canal de distribución
    - 5.3. La estrategia de comunicación de la empresa
    - 5.4. La comunicación en el entorno digital
  - 6. La estrategia de marketing internacional
    - 6.1. La internacionalización de la empresa
    - 6.2. Las empresas colombianas ante la internacionalización

- 6.3. El entorno transcultural
- 6.4. Estrategia de marketing internacional: producto, precio, distribución y comunicación

### Gestión de Recursos Humanos, Habilidades Directivas y Liderazgo

---

#### 1: Trabajo en Equipo y Equipo de Trabajo

- 1.1.- Elementos estructurales de los Equipos de trabajo (composición, estructura, roles, normas, metas y tareas)
- 1.2.- Procesos grupales: Comunicación, Socialización, Toma de decisiones y relaciones intergrupales
- 1.3.- Efectividad en el Equipo de Trabajo: principales técnicas
- 1.4.- Competencias personales para el trabajo en equipo

#### 2: Negociación y resolución de conflictos

- 2.1.- Los conflictos interpersonales: la mediación entre personas
- 2.2.- El proceso de negociación: preparación y estrategias
- 2.3.- La toma de decisiones
- 2.4.- Perfiles en la negociación
- 2.5.- Aplicando la creatividad a la resolución de conflictos

#### 3: Motivación, Dinamización y mantenimiento del factor humano

- 3.1.- Contenidos. Entendiendo el qué nos motiva.
- 3.2.- Procesos. Entendiendo cómo nos motivamos.
- 3.3.- Nuevas aproximaciones: Inteligencia Emocional y Social, el Flow y el Alineamiento.

#### 4: Liderazgo, estilos y aplicaciones. Comunicación (verbal y no verbal), comunicación virtual.

- 4.1.- Poder, Cultura y fuentes de poder.
- 4.2.- Niveles y estilos de Liderazgo.
- 4.3.- Comunicación Verbal y No Verbal

#### 5: Gestión eficaz de los Recursos Humanos de la Empresa.

- 5.1.- El diseño estratégico, la planificación de RRHH y el ADPT.
- 5.2.- La captación eficiente: fases, procesos y objetivos.
- 5.3.- El análisis del desempeño como factor de diseño de las políticas de capacitación.
- 5.4.- La capacitación del personal como vehículo del desarrollo profesional del individuo.
- 5.5.- La valoración de puestos de trabajo: elemento esencial del diseño de las políticas retributivas.
- 5.6.- Los sistemas de compensación e incentivos al personal.
- 5.7.- Las exigencias de la gestión internacional: la gestión de expatriados y la diversidad.

### Comercio Exterior y Logística Internacional

---

#### 1. ESTUDIO DEL ENTORNO PARA LA SELECCIÓN DE MERCADOS

- 1.1. Entorno legal
- 1.2. Entorno económico
- 1.3. Entorno socio-cultural
- 1.4. Inteligencia competitiva y fuentes de información en comercio exterior
- 1.5. El proceso de selección de mercados internacionales

#### 2. GESTIÓN DE LAS TRANSACCIONES INTERNACIONALES

- 2.1. Barreras arancelarias. Las aduanas y el territorio aduanero. Formalidades aduaneras de importación y exportación. Destinos arancelarios
- 2.2. Barreras no arancelarias
- 2.3. Como superar las barreras al comercio
- 2.4. Conflictos comerciales entre países
- 2.5. Logística y Transporte internacional

#### 3. RIESGOS EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO EXTERIOR

- 3.1. Riesgos en el comercio exterior
  - 3.1.1. Transporte y logística
  - 3.1.2. Administrativos
  - 3.1.3. De cambio
  - 3.1.4. De impago
- 3.2. Como reducir los riesgos:
  - 3.2.1. Principios básicos de contratación internacional
  - 3.2.2. INCOTERMS 2010
  - 3.2.3. Instrumentos de cobertura de riesgos

### Trabajo Fin de Máster

---

Trabajo Fin de Máster

## PROFESORADO

---

### María Haydee Calderón García

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

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

---

## OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Técnico gestor directivo en cualquiera de las áreas funcionales de la Empresa. Técnico gestor directivo de entidades supranacionales.

La formación en administración y dirección de empresas a nivel de master tiene como objetivo formar personas con capacidad de gestión y dirección empresarial que contribuyan de forma decisiva al desarrollo de empresas existentes y la generación de nuevas ideas de negocios en ambientes dinámicos y con una clara vocación internacional.