

DATOS GENERALES

Curso acad3mico	Curso 2023/2024
Tipo de curso	MÀster de Formaci3n Permanente
N3mero de cr3ditos	60,00 Cr3ditos ECTS
Matr3cula	2.400 euros (importe precio p3blico)
Requisitos de acceso	Titulados universitarios y Profesionales con titulaci3n universitaria residentes en Chile que est3n interesados en emprendimiento social y solidario nacional e internacional
Modalidad	Semipresencial
Lugar de impartici3n	Universidad Santiago de Chile
Horario	Sempresencial

Direcci3n

Organizador	Institut Universitari d'Economia Social, Cooperativisme i Emprendiment. IUDESCOOP
Direcci3n	Manuel Monreal Garrido Profesor/a Titular de Escuela Universitaria. Departament de Direcci3 d'Empreses "Juan Jos3 Renau Piqueras". Universitat de Val3ncia Ana Garcia Granero Prof. Asociada de la Universidad Polit3cnica de Valencia y Universidad de Valencia. Instituto de Gesti3n de la Innovaci3n y del Conocimiento -INGENIO (CSIC-UPV). Mario Hern3n Radrig3n Rubio

Plazos

Preinscripci3n al curso	Hasta 25/02/2024
Fecha inicio	Marzo 2024
Fecha fin	Marzo 2025

M3is informaci3n

Tel3fono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Econom3a Social y Solidaria

Para cada una de las diferentes unidades did3cticas que componen este m3dulo, se presenta a continuaci3n sus descriptores de temas.

- UD1 - La econom3a social y solidaria, fundamentos y pol3ticas p3blicas
- 1.1. La Econom3a Social y Solidaria. Fundamentos
 - 1.1.1. Evoluci3n hist3rica del concepto de Econom3a Social
 - 1.1.2. Identificaci3n de los actores o grupos incluidos en la Econom3a Social
 - 1.1.3. Principales enfoques te3ricos relacionados con la Econom3a Social
 - 1.2. Pol3ticas P3blicas de la Econom3a Social y Solidaria
 - 1.2.1. El proceso de las pol3ticas p3blicas
 - 1.2.2. Las pol3ticas de fomento de la Econom3a Social
 - 1.2.3. La praxis de las pol3ticas p3blicas de fomento de la econom3a social
 - 1.2.4. La econom3a social en pol3ticas p3blicas generales
- UD2 - Marketing y responsabilidad social corporativa
- 2.1. Marketing y emprendimiento social
 - 2.1.1. ¿Qu3 es el marketing?
 - 2.1.2. Funciones y tipolog3as de marketing
 - 2.1.3. Enfoques de la filosof3a de gesti3n del marketing
 - 2.1.4. El enfoque de responsabilidad social del marketing
 - 2.1.5. Ética y Marketing
 - 2.1.6. Aportaciones y cr3ticas del marketing en el emprendimiento social
 - 2.2. Marketing estrat3gico y t3ctico 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 logística 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 de imagen 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 clusters 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 innovaci3n sociales
- 5.2. Internacionalizaci3n, ecosistemas y cl3steres de econom3a social
- 5.2.1. El entorno o ecosistema de las empresas y entidades de la econom3a social
- 5.2.2. La internacionalizaci3n de las empresas cooperativas y de eco

Derecho de la Econom3a Social y Solidaria

Para cada una de las diferentes unidades did3cticas que componen este m3dulo, se presenta a continuaci3n sus descriptores de temas.

UD10 - Entidades de la econom3a social y solidaria. Marco normativo

- 10.1. (JOI) La personalidad jur3dica y sus formas de organizaci3n preferentemente en derecho privado: sociedades, asociaciones, fundaciones, mutualidades y cooperativas. Principales caracter3sticas y diferencias.
- 10.2. (JOI) El Tercer Sector y su reconocimiento legal e instituciones en Europa y en Am3rica Latina. Concepto, principios, acreditaci3n y beneficios.
- 10.3. (JAS) La Econom3a Social y Solidaria y su reconocimiento legal e institucional en Europa y en Am3rica. Concepto, principios, acreditaci3n y beneficios.
- 10.4. (JAS) De las empresas de inserci3n 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 Am3rica. Concepto, principios, acreditaci3n y beneficios.
- 10.6. (JAS) Perspectiva chilena de la econom3a social y solidaria, el tercer sector y la empresa social

UD11 - Contrataci3n p3blica, cl3usulas sociales y competencia de las entidades de la econom3a social y solidaria

- 11.1. Colaboraci3n p3blico-privada en clave de econom3a social
 - a. Las entidades de la econom3a social como forma de organizar la actividad empresarial
 - b. Promoci3n de la colaboraci3n p3blico-privada desde la perspectiva nacional e internacional
- 11.2. 3reas de colaboraci3n p3blico-privada
 - a. Colaboraci3n institucional: participaci3n en el capital
 - b. Colaboraci3n contractual: Contrataci3n del sector p3blico
- 11.3. Herramientas que faciliten la contrataci3n con entidades de la econom3a social.
 - a. Cl3usulas sociales
 - b. Reserva de mercado

UD12 - La econom3a social y solidaria ante las tecnolog3as de la informaci3n y comunicaci3n

- 12.1. Seguridad en la red
 - a. Herramientas tecnol3gicas y jur3dicas
 - b. Est3ndares tecnol3gicos. Blockchain
- 12.2. Organizaci3n corporativa
 - a. Ejercicio de los derechos por v3a telem3tica
 - b. Junta general
 - c. 3rgano de administraci3n
- 12.3. Contrataci3n electr3nica
 - a. Delimitaci3n y Modalidades
 - b. Perfecci3n y ejecuci3n del contrato
 - c. Responsabilidad

UD13 - Cooperativismo, entidades no lucrativas y emprendimiento social

Parte I: Funci3n socio-econ3mica, sectores econ3micos y experiencias en el 3mbito internacional

- 13.I.1. Cooperativismo y emprendimiento
- 13.I.2. Tercer Sector de Acci3n Social
- 13.I.3. Experiencias en el caso de Chile

Parte II: Marcos jur3dicos 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

Trabajo de Fin de M3ster

Desarrollo del TFM

PROFESORADO

Jaime Crist3bal Alcalde Silva

Profesor Asociado Universidad Pontificia de Chile

Sissy Anne 3lvarez Villar

Universidad Santiago de Chile

Rafael Chaves 3vila

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

Rafael Martín Currs Pérez

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

Ana Garcia Granero

Prof. Asociada de la Universidad Politcnica 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 Nchar 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 Morn

CIESCOOP

María José Va Va

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

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Es una realidad que vivimos en un entorno globalizado en el que el desarrollo de la economía social y solidaria impulsa acciones que ayudan al mercado a incorporar entidades de carácter social. En todos los países de nuestro entorno las iniciativas solidarias son crecientes, situación que no ha pasado desapercibida para la Universitat de València, que atenta a las necesidades actuales de la sociedad imparte el Mster Propio Internacional en Emprendimiento Social y Solidario para satisfacer la demanda de una formación especializada en el tema.

Por todo ello, desde el Instituto Universitario en Economía Social, Cooperativismo y Emprendimiento (IUDESCOOP), la Universitat de València ofrece el Mster Propio Internacional en Emprendimiento Social y Solidario, que aborda materias que se vinculan con el emprendimiento social y solidario bajo una perspectiva y ángulo internacional. Gracias al máster los profesionales que lo acrediten van a adquirir las siguientes destrezas y habilidades:

- Comprender la importancia de prestar especial atención al emprendimiento en lo que es fundamental: las personas y no el capital.
- Comprender y analizar todos aquellos aspectos esenciales para iniciar una actividad emprendedora, desde temas de índole económica y jurídica, hasta de recursos humanos, de marketing social y de estrategia emprendedora, entre otros.
- Tener una sólida formación en emprendimiento social y solidario desde una perspectiva internacional.

Gracias al carácter interdisciplinar del Máster Propio Internacional en Emprendimiento Social y Solidario, así como la incorporación al claustro de profesores de especialistas de nuestra universidad y de la Universidad de Santiago de Chile lo dotan de mayor valor, además de que tienen un impacto mayor en Latinoamérica.

El Máster de Formación Permanente Internacional en Emprendimiento Social y Solidario, que se impartirá DE MANERA SEMIPRESENCIAL (en Chile Y ONLINE) ES FRUTO DEL CONVENIO FIRMADO POR LA UNIVERSITAT DE VALENCIA CON LA UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE SE DIRIGE PRINCIPALMENTE A titulados universitarios residentes en Chile y tiene por objeto el análisis del sector de la economía social y solidaria desde una perspectiva internacional, así como un interés profundo en proporcionar formación en emprendimiento social solidario en un entorno que cada vez es más globalizado, con entidades de la economía social, más resilientes a las crisis económicas, que cuentan con un lugar especial dentro de los mercados, nacionales e internacionales.

Además, el Máster de Formación Permanente Internacional en Emprendimiento Social y Solidario está cimentado en los siguientes pilares: emprendimiento a través de la economía social y solidaria; análisis de las diferentes opciones dependiendo de características sociales, económicas y del entorno, políticas públicas de fomento de la economía social y solidaria, el marketing social (como herramienta de cambio social), las tendencias sociales en la dirección estratégica, la organización del trabajo y la gestión de personas en las instituciones de economía social, el ecosistema de las empresas y entidades de la economía social, el tratamiento contable y fiscal en empresas de economía social, la colaboración público privada o la cooperación al desarrollo a través de las entidades de la economía social y cooperativa, así como la gestión de proyectos.

Ventajas de cursar el Máster de Formación Permanente Internacional en Emprendimiento Social y Solidario:

1. Al estar vinculado con el desarrollo social, con el trabajo digno, con la igualdad, así como con los Objetivos del Desarrollo Sostenible, el máster ofrece herramientas formativas a otros países, tanto europeos como latinoamericanos.
2. Dado que el emprendimiento social y solidario está adquiriendo mayor relevancia, al ser defendido por diferentes foros tanto nacionales como internacionales, contar con profesionales que estén dotados de estas herramientas será fundamental no sólo en el presente, sino en los años futuros

METODOLOGÍA

El Máster de Formación Permanente Internacional en Emprendimiento Social y Solidario, que se impartirá DE MANERA SEMIPRESENCIAL (en Chile Y ONLINE) ES FRUTO DEL CONVENIO FIRMADO POR LA UNIVERSITAT DE VALENCIA CON LA UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE SE DIRIGE PRINCIPALMENTE a titulados universitarios residentes en Chile y tiene por objeto el análisis del sector de la economía social y solidaria desde una perspectiva internacional.