

Gestión Emprendedora

Gestión Emprendedora (Períodos 1-3)

El objetivo de este curso es analizar la problemática concreta de la puesta en marcha de proyectos empresariales desde todas sus perspectivas, así como analizar las posibles fuentes de obtención de ideas de negocio y estudiar la aplicación de las herramientas de gestión empresarial en nuevas empresas. Junto a esto, se introduce al alumno en la metodología y objetivos de la elaboración de un Plan de Negocio. El Curso se completa con la elaboración de un anteproyecto de negocio.

Se pretende que el alumno asuma el papel de empresario y se forme adecuadamente para madurar la posibilidad del desarrollo de su carrera profesional mediante la creación de una empresa.

Área de Dirección Financiera

Dirección Financiera I

El objetivo del curso es la adquisición por parte del alumno del conocimiento de las herramientas teóricas necesarias para la realización de análisis financieros. Tras unas sesiones de introducción al curso, se estudia la forma de construir así como de interpretar balances cash-flows generados y presupuestos de tesorería en empresas con comportamientos y políticas operativas diferentes. En la segunda parte de la asignatura se describen herramientas y técnicas útiles para el análisis de proyectos alternativos de inversión y su presupuestación.

Dirección Avanzada

Se pretende enriquecer y profundizar en el uso de las herramientas ya analizadas. El contenido del mismo incluye también la descripción, composición y análisis de la estructura de financiación de una empresa, cómo alcanzar su estructura óptima y los diferentes instrumentos o modos de financiación (emisión de acciones, emisión de obligaciones, endeudamiento externo, etc.).

Sistemas de Información

Este curso intenta desarrollar conocimientos y habilidades de gestión de la tecnología, en sí misma y como fuente de innovación y ventaja competitiva para las empresas. El curso está compuesto por tres bloques fundamentales: el primero, intenta construir una base conceptual sólida de tecnología, no desde un punto de vista de ingeniería, sino de las implicaciones que las tecnologías pueden tener para un directivo que debe tomar decisiones en el complejo entorno actual. El segundo bloque utiliza la idea de Sistema de Información como bloque fundamental: cómo diseñarlos, gestionarlos, incentivar su utilización, problemas comúnmente asociados con ellos, principios de ERPs, etc. Por último, el tercer bloque proporciona de una manera práctica, una visión de cómo las empresas son capaces de crear y sostener ventajas competitivas mediante la gestión de los Sistemas de Información: nuevos modelos de negocio posibilitados por las tecnologías, convergencia, principios de CRM, y aproximación a las tendencias y escenarios de futuro.

Área de Dirección de Operaciones

Creando Valor a través de la Dirección de Operaciones

La Dirección de Operaciones es el área de la empresa encargada de la gestión del proceso de transformación de los recursos de la empresa en los productos y/o servicios requeridos por el mercado, de manera eficaz, económica y oportuna.

Este curso está orientado a dotar al alumno de los conceptos fundamentales de Operaciones y Tecnología que le han de permitir diseñar y analizar los procesos básicos de negocios de la empresa desde una perspectiva integral, con el objetivo de incorporar a los productos y servicios generados los atributos deseados por el consumidor.

Gestión de la Cadena de Suministro

En este segundo curso se profundiza en los sistemas de planificación y control de las operaciones, en los programas y herramientas de mejora continua de las mismas y en el “encaje” estratégico de la gestión de operaciones con la estrategia global de la empresa.

Al final del curso, el alumno deberá ser capaz de estructurar los flujos de personal, materiales, costes e información necesarios para el logro de la productividad y valor deseados, teniendo en cuenta las capacidades competitivas de la empresa y las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías.

Área de Dirección de Recursos Humanos

Comportamiento Organizacional

El objetivo del curso es profundizar en el conocimiento de conceptos prácticos que permiten al directivo comprender el funcionamiento de la organización y el comportamiento de individuos y grupos en el interior de la misma. Los problemas de comunicación en organizaciones jerárquicas, la relación superior-subordinado, cómo manejar conflictos interpersonales, liderazgo, poder e influencia así como resistencia al cambio, son temas que se verán a lo largo de este curso.

Dirección de Recursos Humanos

Se analizan los diferentes sistemas de gestión dentro del marco de planificación estratégica de los Recursos Humanos y de éstos dentro de la estrategia específica de cada empresa. Reclutamiento y selección, promoción y desarrollo de carreras, evaluación de puestos, dirección por objetivos y evaluación del desempeño, compensación total y auditoría de Recursos Humanos son, entre otros, temas que se tratan durante el curso.

Programa de Desarrollo de Competencias Directivas

Este Programa se basa en la evidencia surgida a partir de la experimentación y teoría del aprendizaje, en los estudios que analizan el comportamiento directivo, y por último, en las recientes investigaciones en el campo de las habilidades de comunicación y de la lingüística.

El objetivo general consiste en la capacitación de los alumnos en aquellas competencias comunicativas necesarias para un eficiente desempeño de las tareas directivas.

Área de Entorno Económico

Economía

Se ofrece una visión global del funcionamiento de la actividad económica y de las principales herramientas que sirven de instrumentos para el análisis de países y el estudio del entorno nacional e internacional de los negocios.

Para ello se estudian los principales indicadores de producción, renta, gasto y demanda, inflación y desempleo. Se analizan el carácter real y nominal de estas variables, las series, la actualización de los indicadores y su significado e implicaciones para el análisis del entorno económico desde la óptica empresarial.

Área de Dirección Estratégica

Dirección Estratégica

Se introduce al alumno en la misión de la Dirección General, de forma que desarrolle las habilidades necesarias para la gestión eficaz de la empresa. Para ello se dan a conocer y se utilizan diversas técnicas analíticas y conceptos estratégicos que permitan a la empresa adaptarse a las variaciones tecnológicas y a los cambios en el entorno, en los mercados y en los competidores.

Dirección General

En esta parte de la Dirección Estratégica, se estudian en profundidad los problemas de la implantación de las estrategias en contextos específicos. Por ejemplo: reestructuración, sectores innovadores, empresas de servicios de consultoría, etc.

Área de Métodos Cuantitativos

Métodos Cuantitativos

El objetivo del curso consiste en dotar al alumno de una avanzada metodología de trabajo que le permita hacer frente con soltura a todos los problemas ligados al análisis cuantitativo, planificación, toma de decisiones o tratamiento de cualquier tipo de información numérica dentro de cualquier área funcional de la empresa, con soporte informático.

Área de Información y Control

Contabilidad Financiera

El objetivo del curso es la adquisición por parte de los alumnos de las técnicas básicas que se utilizan para el tratamiento de la información económico-financiera en la empresa, con el fin último de extraer y procesar la misma, según las necesidades del directivo. Con ello, serán capaces de elaborar, comprender e interpretar toda la información económica de la empresa, introduciéndose en el análisis financiero.

Contabilidad de Gestión

Tiene como objetivo dotar de los conocimientos de costes necesarios a los alumnos. Se estudian en profundidad los principales sistemas de costes, haciendo énfasis en el sistema de costes estándar y en la introducción a los sistemas de costes basados en actividades (Activity Based Costing) como una nueva y poderosa herramienta que provee a la información de costes de un componente estratégico de enorme utilidad para la Dirección.

Control de Gestión

Su objetivo es el análisis de los diferentes elementos del Control de Gestión en la empresa, analizando las interrelaciones con la estrategia y la estructura de la misma. Esto implica un análisis detallado de los diferentes centros de responsabilidad, de la planificación y su seguimiento y del tratamiento adecuado de la información, para poder tomar decisiones que permitan acciones correctoras y que aseguren la consecución de los objetivos.

Área de Dirección Comercial

Fundamentos de Marketing

La primera parte de este curso trata de familiarizar al alumno con los principales fundamentos y teorías del marketing. Se parte de un marco general para profundizar en todos aquellos elementos que conforman el marketing mix, así como en las principales herramientas que consiguen que la estrategia

sea acertada y coherente. Además, los alumnos conocen los principios y aplicaciones básicas de la investigación de mercados así como todo lo referente a la política de producto.

En una segunda parte del curso, son analizados y puestos en práctica el resto de los elementos del marketing mix, así como sus correspondientes herramientas. Se estudian los temas referentes a la política de distribución, fuerza de ventas, comunicación (publicidad y promociones), políticas de precios...

Estrategia y Plan de Marketing

Una vez familiarizados con todos los componentes del marketing mix, se desarrollan estrategias de marketing y se elaboran planes de marketing completos para empresas de distintos sectores, entornos y situaciones, en coherencia con las políticas y estrategias globales de las mismas.