

### Área de Creación de Empresas

#### Gestión Emprendedora

Se analiza 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 con esto se introduce al alumno en la metodología y objetivos de la elaboración de un plan de negocio.

### Área de Estrategia

#### Dirección Estratégica I

Se presentan los conceptos y técnicas fundamentales del análisis estratégico, tanto externo como interno, incluyendo el análisis sectorial, los recursos y habilidades clave y la formulación de la estrategia a nivel de unidad de negocios. Asimismo, se estudian los aspectos clave de la estrategia corporativa y la diversificación, siempre desde el enfoque integrador y multidisciplinario de la dirección de la empresa.

#### Dirección Estratégica II

En esta segunda parte de estrategia se profundiza sobre los procesos de implantación de la estrategia. En particular, se abordarán los temas relacionados con la estructura organizativa, los sistemas de control estratégico, la cultura corporativa, la gestión del cambio y los procesos de internacionalización.

### Área de Marketing

#### Dirección Comercial

Se presentan los principios esenciales del Marketing, sus funciones y herramientas. Básicamente, los temas a tratar son: los instrumentos y criterios para la selección de mercados, la planificación y desarrollo de productos, la política de distribución y precio, y la política de comunicación comercial. Este "mix de marketing" se estudiará de manera orgánica, de forma que se favorezca su visión como proceso y la necesidad de integración entre sí de las variables que lo componen.

#### Estrategia y Plan de Marketing

Tras haber estudiado en la primera parte de la asignatura los componentes del mix comercial, se desarrollarán las estrategias y planes de marketing para empresas de distintos sectores, entornos y situaciones. El plan de Marketing es el marco que nos permite cuantificar todas las acciones propuestas en coherencia con la estrategia global de la empresa.

### Área de Entorno Económico

#### Entorno Económico y Análisis de Países

Se pretende tomar contacto con la realidad económica y familiarizarse con las principales herramientas para analizarla y comprenderla. Con ese objetivo, se estudia la evolución de los principales indicadores, variables y las distintas políticas económicas y su significado desde la óptica empresarial. Una vez estudiado el funcionamiento general de la economía el alumno debe estar en condiciones de entender y analizar los diferentes aspectos del comportamiento económico de los países.

Los directores generales no deben dejar "la última palabra" sobre el análisis de países a los expertos, sino que deben ser capaces de leer y usar datos y opiniones suministrados por los expertos. Esta capacidad requiere familiarizarse con determinados conceptos económicos y con una metodología de "Análisis de Países", de tal manera que puedan extraer sus propias conclusiones respecto al futuro de las economías nacionales. En definitiva el alumno debe saber examinar sistemáticamente países con el fin de realizar informes y evaluar riesgos comerciales.

## Área de Operaciones

### Métodos cuantitativos

Se pretende 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.

### Dirección de Operaciones I y II

Uno de los avances más significativos en la dirección de las empresas ha sido el darse cuenta del papel crítico que juegan las operaciones en el éxito de la estrategia del negocio. La selección de los procesos y la determinación de la infraestructura de soporte son dos de las decisiones más críticas en cualquier organización. Estas decisiones determinan en gran medida la capacidad de la organización para alcanzar una posición competitiva sostenible.

La dirección de operaciones se encarga de las decisiones relacionadas con la gestión de los procesos que crean valor para los clientes externos e internos de la empresa. Estos procesos incluyen: la innovación, el diseño de productos y servicios; la logística integrada, la gestión de la capacidad y la programación de recursos; la gestión integrada de la supply chain management; la gestión de la calidad total, la gestión de proyectos, la aplicación de tecnologías de información como herramienta de integración, etc. El reto que ahora enfrenta la dirección de operaciones en un entorno de globalización, es el cambio de paradigma de eficiencia y efectividad organizacional a un paradigma de eficiencia y efectividad en la red de empresas de la cual forma parte.

## Área de Tecnologías

### Dirección de Sistemas de Información

Los directivos de una empresa tienen que saber qué información necesita una empresa, cómo dirigir y gestionar este recurso y qué posibilidades ofrecen las Tecnologías de la Información. El curso se centra tanto en los aspectos estratégicos como en los operativos del uso de la información en la empresa, para que ésta sea suficiente y fiable en la toma de decisiones. Ahora más que nunca, en un entorno tan dinámico y cambiante, es importante incorporar las nuevas tecnologías de la información que permitirán una mejora en aspectos estratégicos y organizativos.

## Área de Información y Control

### Contabilidad Financiera

Todo directivo debe ser capaz de comprender e interpretar la información económica de la empresa. Para ello se estudian conceptos básicos tales como el tratamiento contable de los inventarios, ventas, clientes y proveedores y la construcción y análisis de balances, cuenta de resultados y estados de cash flow.

## Contabilidad de Gestión

El curso introduce los conceptos básicos de la contabilidad de gestión para la toma de decisiones interna. También se estudian los sistemas de asignación y de control de costes haciendo énfasis en el sistema de costes ABC.

## Control de Gestión

El Control de Gestión se configura como el sistema básico que permite a la alta dirección guiar las actividades de una empresa hacia la consecución de los objetivos previamente establecidos, con el aprovechamiento óptimo de los recursos. El objetivo del curso es desarrollar y analizar los distintos procesos que se producen en Control.

## Área de Finanzas

### Dirección Financiera I y II

Se estudia como obtener y gestionar los recursos financieros al menor coste posible, para emplearlos en las alternativas de inversión que proporcionen la mayor estabilidad económica y estratégica, teniendo en cuentas los riesgos que se asumen en cada caso. Para conseguir este propósito es necesario conocer en profundidad las siguientes cuestiones: Análisis financiero, Planificación financiera a corto plazo, Análisis de inversiones, Coste del capital, Estructura y Estrategias de financiación y Mercados financieros.

## Área de RRHH

### Comportamiento Organizacional

¿Cómo motivar a sus empleados más allá de lo esperado? ¿Cómo puede asegurarse que sus decisiones no están sesgadas? ¿Que tácticas de influencia puede utilizar cuando no tiene autoridad formal para decir a alguien lo que tiene que hacer? ¿Cómo liderar un equipo de trabajo? el curso se centra en el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones desde un punto de vista micro, centrado en los niveles individual y grupal.

Este curso le ayudará a entender el comportamiento de los individuos y los grupos en organizaciones complejas. El enfoque del curso es eminentemente práctico y se centra en los procesos necesarios para motivar, dirigir y controlar a individuos que trabajan conjuntamente y de forma interdependiente. El énfasis principal está en el desarrollo de conceptos y estrategias que le ayudaran a ser un directivo más efectivo.

### Dirección de Recursos Humanos

Es creciente el número de compañías que conceden un valor especial a sus empleados como factor clave de rentabilidad, y no solamente desde los departamentos de Recursos Humanos sino desde las áreas de línea y unidades de negocio. Por otra parte, las empresas están comenzando a plantearse la necesidad de generar resultados competitivos que permitan obtener resultados extraordinarios a partir del trabajo global de todos sus empleados, tengan éstos desempeños extraordinarios o no.

Desde esta perspectiva, el objetivo de la Dirección de Recursos Humanos no enfatiza en los detalles técnicos de cada una de las políticas de Recursos Humanos que actualmente se implantan en las organizaciones, sino más bien contemplarlas desde un enfoque sistémico, de gestión global, reflexionando sobre sus aspectos críticos y analizando cuál es la contribución necesaria de las personas a la generación de ventaja competitiva en las empresas y cómo es posible impulsar estos tipos de contribuciones desde la Dirección de Recursos Humanos.

## Desarrollo Habilidades Directivas

Consiste en un compendio de habilidades directivas que se desarrollarán en seminarios específicos. El objetivo de cada uno de estos seminarios es el siguiente:

- Trabajo en equipo

Se persigue mejorar las habilidades de gestión de equipos de trabajo y desarrollar estrategias de cambio a nivel individual para aumentar la eficacia del equipo y el bienestar de sus miembros.

- Negociación

Se pretende perfeccionar, combinando teoría y ejercicios prácticos, los conocimientos de los asistentes en materia de negociación, así como ejercitar y desarrollar su capacidad y habilidades para negociar y lograr una comunicación empática.

- Taller de Coaching

El objetivo principal de este taller es ayudar al alumno a mejorar como “coach” y entrenador en situaciones informales pese a disponer de un tiempo limitado e información incompleta. El taller le facilitará el desarrollo de sus habilidades de observación, de análisis, de escucha activa y de feedback. Además, en las asignaturas principales del programa, se tratarán temas como la gestión del cambio, motivación, resolución de conflictos, calidad de servicio al cliente, rediseño de procesos, misión y visión, diseño de organizaciones, gestión del conocimiento... A lo largo del todo el master, el alumno podrá poner en práctica los conceptos aprendidos en el trabajo en equipo que realizará a lo largo del mismo y comprobar la evolución en el desarrollo de dichas habilidades en una serie de evaluaciones que se desarrollarán a lo largo del programa.