

Master de Negocios y Alta Dirección

En el esfuerzo de entender el negocio con toda su complejidad para competir en tiempos de globalización, conviene revisar todos los factores que entran en juego en el negocio (estratégicos, financieros, técnicos, comerciales, sectoriales, humanos) con la ayuda de expertos hombres de empresa y de profesores de las grandes escuelas de negocios. Hay que revisar, ordenar y utilizar la experiencia de forma más inteligente, en lugar de esperar pasivamente a resolver los problemas cuando se nos echan encima.

Este Master trata de formar empresarios con **mentalidad y formación de directivos**, es decir, con una visión profunda, no sólo de su sector, sino también del mundo globalizado y cambiante en el que vivimos.

Es un master de negocios sólo para empresarios y ejecutivos con un mínimo cinco años de experiencia directiva, para los cuales es aconsejable alejarse momentáneamente del día a día, para centrarse, durante un determinado período, en el estudio, la reflexión y el intercambio de conocimientos y habilidades con otros colegas empeñados en el mismo propósito.

Se acerca a nuestra zona geográfica el conocimiento de profesores de escuelas de negocios y universidades de primera línea (INSEAD, IESE, ESADE, Universidad de Navarra, Les Heures, Universidad Pompeu Fabra, Universidad Politécnica de Catalunya) y de directivos de las mejores empresas de cada uno de los sectores (IDOM, CUATRECASAS, CONFIDE, TIBBETT & BRITTEN, BLC HUMAN).

OBJETIVOS GENERALES

¿Qué acciones hacen que yo, con mis decisiones, añada o reste valor a mi empresa o suba su valor de mercado?

¿Me estoy capacitando continuamente para competir en mi sector?

¿Son los negocios en los que estamos centrados los más aptos para afrontar el crecimiento y la expansión de mi empresa?

¿Cómo gestiono el recurso más difícil: el talento? y ¿cómo gestiono el recurso más codiciado: el tiempo?

¿Cuál debe ser el rol de mis colaboradores, gestor del proyecto, director de ventas, director técnico, etc?

¿Puedo aprovechar de forma más inteligente la valoración de los estados financieros para ver la rentabilidad del negocio?

¿Qué tengo que pedir a mi contable para que el análisis de la contabilidad me permita hacer un verdadero control de la gestión financiera, evitando costes improductivos, estudiando qué parte del negocio es más rentable, cosas que en el día a día no veo?

¿Sé qué vale mi empresa en el mercado y qué decisiones estoy tomando que la hacen más rentable?

OBJETIVOS DE LOS MÓDULOS DE AMPLIACIÓN

¿Nuestra gestión logística supone unos costes superiores a un 12,42% sobre las ventas?

¿Cómo percatarse de que una innovación en gran consumo encaja en un mercado distinto del que estamos trabajando: vending, sourcing, catering?

¿Cómo hay que gestionar los proyectos para que no aumente el coste?

¿Es posible edificar sin suelo?

¿Estoy aprovechando todas las posibilidades permitidas para edificar, modificar o rehabilitar?

¿Cómo acentuar la notoriedad de la marca para competir con otros destinos turísticos?

METODOLOGÍA

El método de REVISIÓN SISTEMÁTICA DE EXPERIENCIAS Y CASOS es la metodología propia del IAD, basada en la convicción de que no podemos conformarnos con la experiencia limitada que tiene una sola persona, sin contrastarla con la experiencia de los demás.

La revisión sistemática de experiencias y casos tiene el mismo fundamento inductivo que el "método del caso", dirigido también a alcanzar certezas altamente probables, que pueden aplicarse después al proceso de toma de decisiones.

Documentación: la información que necesita el alumno para preparar la sesión presencial y el trabajo personal y en equipo, se entrega con la necesaria anticipación y está disponible en www.iad.edu.es con todo lo que necesita el alumno para estudiar después (temas desarrollados, presentaciones, conclusiones, casos, datos, guiones de trabajo en equipo).

TEMARIO

DIRECCIÓN ESTRATÉGICA

1. El proceso de dirección estratégica: unidades de negocio. Organización.
2. Los cuatro pilares que 50 años de estudio y experiencia en las escuelas de negocios demuestran ser más importantes.
3. 12 factores clave del éxito empresarial.
4. Innovación en empresas existentes.
5. Compañías emprendedoras de alto crecimiento. Creación de nuevas empresas en sectores emergentes; nuevos negocios; gestión del crecimiento; sociedades de capital riesgo.
6. Expansión: fusiones, adquisiciones y alianzas.

DIRECCIÓN FINANCIERA

1. Creación de valor económico: indicadores y método de cálculo. Uso de un indicador.
2. Valor de mercado de una empresa y su componente de valor económico.
3. Principales indicadores de rentabilidad y de creación de valor utilizados.
4. Creación de valor económico en la empresa, medido con el indicador EVA (Economic Value Added).
5. Control de la gestión financiera.
6. La empresa desde una lectura inteligente de su estado financiero.
7. Impacto en resultados y liquidez.
8. Ahorro de costes improductivos.
9. Fórmulas hábiles de financiación por sectores.

DIRECCIÓN DE PERSONAS

1. El esfuerzo directivo, resultados y objetivos.
2. Liderazgo y Supramanagement; la parte intangible de las capacidades de dirección; la capacidad de influir en las actitudes y los comportamientos de los demás.
3. Estilos directivos según la tipología de los empleados.
4. Coaching.
5. Cultura corporativa.
6. Gestión de los activos humanos y de los recursos intangibles que hacen crecer la empresa.
6. Talento (gestión del conocimiento), tiempo (aprender a priorizar), equipos equilibrados (organizaciones inteligentes).
7. Selección. Formación. Motivación. Medir- controlar - gestionar - mejorar.

DIRECCIÓN COMERCIAL

1. Evolución de los mercados.
2. Evolución y tipos de comprador/consumidor.
3. La competencia y tipología. Diagnóstico Comercial/Marketing.
4. Evolución del Mercado Español por sectores.
5. Diagnóstico Comercial/Marketing.
6. La actividad Comercial/Marketing.
7. Aplicarlo a nuestro negocio.
8. Perfil del consumidor de productos inmobiliarios, turísticos y de gran consumo.
9. Circuito de Compra inmobiliaria, turísticos y de gran consumo.
10. La importancia de la marca.

11. La compra racional / la compra emocional.
12. Argumentario comercial por sectores.
13. Razones de Compra y/o rechazo; tratamiento de objeciones; la venta efectiva: desarrollo y aplicación.
14. Negociación y ventas. Utilización de enfoques competitivos y cooperativos en el proceso negociador; gestión de la tensión competitiva; gestión de la tensión cooperativa; inventar, negociar y decidir; anuladores y catalizadores de la creatividad; uso de la mediación en la negociación; negociación centrada en las necesidades e intereses.
15. Marketing por sectores.
16. El mercado inmobiliario: evolución, oportunidades, nuevos productos. Turismo, turismo residencial, hotelería, operadores.
El mercado de productos de gran consumo en retail y en grandes superficies: alimentación, farmacia, química, complementos.
17. E-business.

TEMARIO DE AMPLIACIÓN

Módulos optativos compatibles con los horarios del Master, muy adecuados para especializarse.

GESTIÓN INMOBILIARIA

1. Gestión del suelo. Fórmulas y soluciones para la gestión del suelo. Edificar sin suelo.
2. La experiencia que proporcionan promociones que fracasaron.
3. Futuro de la promoción de segunda residencia.
4. Gestión integrada de proyectos. Modelo estratégico de gestión del proyecto. El valor añadido en los proyectos.
5. Esquema del modelo de gestión. La gestión del coste, el control del presupuesto, el control de las contrataciones.
6. Aplicaciones prácticas de las nuevas tecnologías a todas las áreas de dirección, gestión, comercialización, distribución y producción.
7. Gestión de riesgos no laborales: Responsabilidad, Riesgo y Protección. Contratos de seguros: modalidades y análisis de costes.

GESTIÓN DE EMPRESAS DE GRAN CONSUMO Y RETAIL

1. Control de la productividad y de la calidad en los procesos de fabricación y transformación.
2. Certificación de la calidad agroalimentaria, química, farmacéutica y de complementos.
3. Cooperativismo hortofrutícola, vitivinícola, ganadero y agroindustrial.
4. Exportación y técnicas de comercio exterior.
5. La Distribución Comercial y la Cadena de Abastecimiento.
6. Objetivos de la DC: Disponibilidad del producto, reducción de coste, reducción de stock.
7. Estrategias: Surtidos, Reaprovisionamiento, Promociones, Introducción de nuevos productos.
8. Técnicas: Pedido automático, Reaprovisionamiento continuo, Cross-Docking, EDI.
9. Aplicaciones prácticas de las nuevas tecnologías a todas las áreas de dirección, gestión, comercialización, distribución y producción.
10. Gestión de riesgos no laborales: Responsabilidad, Riesgo y Protección. Contratos de seguros: modalidades y análisis de costes.

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

1. Control de gestión en el sector turístico.
2. Gestión hotelera.
3. Dirección de operaciones: decisiones en gestión de los procesos que crean valor para los clientes y empleados.
4. Gestión integrada de la supply chain management.
5. Aplicaciones prácticas de las nuevas tecnologías a todas las áreas de dirección, gestión, comercialización, distribución y producción.
6. Gestión de riesgos no laborales: Responsabilidad, Riesgo y Protección. Contratos de seguros: modalidades y análisis de costes.

CUADRO DOCENTE

Antonio Agustín Justribó

MBA (IESE). Licenciado en Filosofía, Ciencias de la Educación y Psicología. Director General de la consultora "El Índice K". Es colaborador asiduo del IESE, en el área de Distribución Comercial. Ha sido Director de Marketing de AECOC.

José M^a Álvarez de Lara Morel

Finanzas y Control, ESADE. PDD, IESE. Financial Management, INSEAD. Profesor de Planificación Financiera, Finanzas Internacionales y Control de Gestión, ESADE. Visiting Professor HEC Paris. Ha sido Director General de Masson (Grupo Vivendi) y Director de Finanzas, Control, Compras y Logística de CPC - Best Foods.

Rafael Alvira Domínguez

Director del Instituto Empresa y Humanismo (Universidad de Navarra) y Profesor Ordinario de Filosofía Práctica (Universidad de Navarra), Profesor Extraordinario de las Universidades de Mendoza y Montevideo. Tras sus doctorados en la Universidad Complutense (Premio Extraordinario) y en la Universidad Lateranense de Roma, ha sido Catedrático de la Universidad de La Laguna, Decano de la Facultad de Filosofía y Letras, Director de la Sección de Filosofía y de la de Educación (Universidad de Navarra), además de Profesor Visitante de diversas universidades: Panamericana (México), Notre Dame (USA), Los Andes (Santiago de Chile), etc.

Felipe Botaya García

Dirección de Marketing, ESADE. BSBA, University of South Carolina. Profesor de los MBA de Les Heures (UB) y ESEC (Toulouse Business School). Experiencia directiva (Marketing) en Moulinex, Grundig, Nutrexpa.

Xavier Calaf Aixalà

Abogado. Socio de Cuatrecasas Barcelona y Tarragona, Área Fiscal-Empresa Familiar. Profesor colaborador de la Cátedra Empresa Familiar, UB. Auditor-Censor Jurado de Cuentas desde 1986, actualmente en excedencia.

Ignacio Cumellas Conde

Abogado. Master en Dirección de Marketing, UPF. PDD, IESE. Director General de Confide Correduría de Seguros, S.A. Experiencia directiva en Grupo Agbar Construcción, Eurobrok Correduría de Seguros, Worldwide Broker Network.

Alejandro de Anta Puig

Master en Negocios y Alta Dirección, IAD. Secretario General del IAD y Director del Departamento de Nuevas Tecnologías. Presidente de Lessant (alta relojería) y Consejero Delegado de Tictacmania.com. Es asesor en el área de nuevas tecnologías, e-business y e-commerce. Experto en posicionamiento en buscadores y estrategia online. Ha sido fundador, accionista y director general de Buyacom.com (Grupo Intercom) y director general en España de clasificados del motor de Schibsted (multinacional líder en clasificados online).

Juan Farrán Nadal

Doctor en Ciencias Políticas y Económicas, Universidad Complutense. ITP, Business School Harvard University. Ha sido Director de la EUCET, UIC. Presidente del Instituto de Alta Dirección. Profesor Emérito del IESE, del que ha sido Secretario General y Director Científico.

Juan Luis Fernández Fernández

Economista. PDD, IESE. Socio-Director de Manum Management Grup. Director y Profesor asociado del IDEC de UPF y de UAB. Experiencia ejecutiva en FERGENPELL, Grupo CORONA, hoy Grupo FIAT, y consultoría en TRIEM-Executive Search y BARN CONSULTING GROUP.

Lluís Girbau Massana

PADE, IESE. MBA, ESADE. Director Financiero de IFESA. Ha sido Director General de ESEC (Chambre de Commerce et d'Industrie Française de Barcelone) y en Finances de la Conselleria d'Ensenyament (Generalitat de Catalunya).

Jaume Llopis Caselles

MBA, IESE. Profesor de Dirección General, IESE. Consultor de empresas. Experiencia directiva en Purlom, Moulinex, CECSA, Solís Carnation, Nestlé, Sarrió, Delaviuda, Repostería Martínez, AGF Unión-Fénix y Grupo Borges. Experiencia en consultoría en 2IG (International Investment Group).

Víctor Mani Ribera

Doctor en Filosofía y CCEE, UB. Director del Instituto de Alta Dirección. Experiencia directiva, investigación y docencia en UB, IFESA, Viaró, OBI, UIC, ESEC (Toulouse Business School), GAPP, TyposGDR, Empresa&Humanidades, etc. Experto en dirección de recursos personales.

José Luis Martínez Vallés

Abogado. Master Inmobiliario (IAD) y Master en Asesoría Jurídica de Empresas (IE). Director de Martínez Vallés Asesores Inmobiliarios (Cambrils).

Jordi Puigbó Oromí

Socio-Director de Cuatrecasas Barcelona, desde marzo de 1997, Director del Área Laboral. Magistrado de lo Social en Barcelona; actualmente en situación de excedencia voluntaria, desde septiembre de 1996.

Joan Romance Ullod

MBA, EADA. Master en Marketing, ESADE. Licenciado en Psicología y en Historia Económica, UB. Profesor de Dirección y Auditoría Comercial, ESEC (Toulouse Business School). Socio-Consultor de Quality Management Resources. Hasta 1999, Jefe de la Unidad de Negocios de Bank of Tokyo-Mitsubishi (Barcelona) y responsable de Operaciones Estructuradas en la Central Europea (London).

Miguel Ángel Sanz Martínez

Doctor Ingeniero Industrial (Universidad Oviedo), MBA (INSEAD). Director de la Unidad de Energía de Labein Tecnalia.

Marcos Serer Figueroa

PDG, IESE. Socio-Director Corporativo y Project Manager de Grandes Proyectos de IDOM. Profesor Titular de Gestión Integrada de Proyectos, UPC.

Patrick Turner

MBA, INSEAD. Bachelor of Arts, Oxford University. Profesor del MBA, INSEAD (Fontainebleau) e INSEAD (Singapore).

Juan Carlos Yábar Medinabeitia

Ingeniero Industrial, consultor y experto en logística distributiva. Ha sido Presidente de Tibbett & Britten Iberia, Presidente Ejecutivo de SAD y Danzas; Presidente de Gespalets, ANADIF y Distri-rutas; y Consejero Delegado de Neinver.

ORGANIZACIÓN

Duración: 198 horas presenciales y en equipo (distribuidas en 25 semanas).

Tutoría: 3 entrevistas de asesoramiento individual.

Online: Documentación, consultas a los profesores, información general del programa (calendario de actividades, fechas de entrega de trabajos, etc.).

Sesiones sectoriales: 20 horas optativas en grupos pequeños (5 sesiones de 4 h en miércoles).

Fecha de inicio: miércoles, 13 de febrero de 2008.

Horario de las sesiones presenciales: miércoles, 16-20 hrs.

Requisitos de admisión

Cinco años de experiencia directiva en empresas u organizaciones públicas o privadas.

Carta de motivación del candidato dirigida al director del programa.

Matrícula Completa: 7.500 €. Incluido documentación y coffee break.

Módulos optativos: 1.500 €. Incluido documentación y coffee break.

Reducción del importe de la matrícula

Para minorar el coste del programa existen distintas vías: las becas otorgadas por entidades colaboradoras de forma personalizada, la deducción por inversión en formación en el caso de empresas, los importantes descuentos que se aplican a las Entidades Adheridas por convenio, los accesits, etc.

Administración: info@iad.edu.es, tel: 977 330 512