

## Curso Superior en Dirección y Gestión Estratégica de la Empresa Innovadora

Cursos superiores



Modalidad  
Semi-presencial



Del 01/10/2012  
al 28/02/2013



200 horas



PDF  
Curso



Información  
de Matrícula



2100€

### JUSTIFICACIÓN

Estamos en una época de cambios profundos y vertiginosos, y el mayor de ellos es el nuevo modelo de negocio. Necesitamos cambiar los resultados de nuestras empresas.

La posición del cliente, debido en gran medida al acceso a mayor información gracias a Internet y a las Redes Sociales, ha pasado de ser pasiva y receptora a ser activa y participativa.

Durante la mayor parte del siglo XX, las empresas decidían qué fabricar, lo lanzaban al mercado y creaban la necesidad en el cliente. Hoy en día el escenario ha cambiado. Es el cliente quien decide qué necesita de la empresa, el que decide que servicio o producto ha de suministrar la empresa.

Sin embargo seguimos dejando al cliente fuera de los órganos de decisión de la empresa.

Seguimos gestionando las empresas según modelos obsoletos que fueron diseñados para escenarios muy diferentes a los actuales.

Albert Einstein dijo que “si hacemos lo de siempre, obtendremos los resultados de siempre”.

Hemos de cambiar el modelo de gestión, construir la empresa desde la necesidad del cliente.

El 94% de lo que ocurre en una empresa es consecuencia de la forma en que se hacen las cosas, del sistema de trabajo.

Por lo tanto, los costes son una consecuencia de cómo trabajamos. El primer paso para reducirlos y optimizarlos es mejorar el sistema de trabajo.

“Lo que limita el rendimiento de cualquier empresa no es el modelo operativo ni el modelo de negocio, es el modelo de management”. Gary Hamel (El Futuro del Management, 2007)

“Para prosperar en un mundo cada vez más agitado, las empresas deben ser estratégicamente adaptables y eficaces desde el punto de vista operativo, partiendo desde la necesidad del cliente”. Gary Hamel (El Futuro del Management, 2007)

“No es suficiente tener clientes satisfechos, ni siquiera será suficiente tener clientes fieles. Es necesario predecir las necesidades del cliente, darles más”. Deming (La nueva economía, 1994)

“En los negocios el beneficio proviene de los clientes que repiten, los clientes que presumen del producto y el servicio que dan. Deming (La salida de la crisis 1983)

## OBJETIVOS

El curso superior pretende transmitir los conocimientos necesarios para cambiar la forma de entender a la empresa, observarla desde la óptica del cliente y gestionarla eficazmente como un sistema en el que todos sus elementos están interrelacionados entre sí, con la misión de alcanzar los objetivos, reducir los costes y maximizar la rentabilidad.

Además, el alumno aprenderá las herramientas suficientes para tener una gran capacidad de auto gestión y adaptación a los cambios y oportunidades sin ayuda permanente del exterior.

## DURACION Y HORARIO

**Duración:** 200 horas (180 horas presenciales + 20 horas de proyecto)

**Inscripción hasta:** 28 de septiembre del 2012

**Calendario:** del 1 de octubre de 2012 al 28 de febrero de 2013

**Horario:** Miércoles y jueves de 16:00 - 20:30 h

**Lugar de Realización:** FUE-UJI. Edificio Consell Social. Campus Riu Sec. 12071 Castellón

## DESTINATARIOS

Este curso va dirigido a profesionales del mundo de la empresa, motivados por su propio desarrollo y el de sus equipos y que quieren alcanzar la excelencia en sus resultados, así como profesionales con posibilidades de promoción a estos puestos.

Perfil del alumno:

- Personas que buscan dar un salto o un crecimiento profesional en sus empresas como directores generales
- Directivos
- Mandos intermedios
- Último curso de ADEM, Económicas o Ingeniería Industrial

[Open publication](#) - [Free publishing](#) - [More empresa](#)

## METODOLOGÍA

Curso con enfoque teórico-práctico. A lo largo del curso, se desarrollara un trabajo sobre una empresa ficticia (o propuesta por el alumno) sobre la que llevaremos a cabo el cambio en el modo de gestión propuesto durante el curso.

## PROGRAMA

### Módulo de Management Sistémico

#### 1. Introducción

*1.1. El concepto de Calidad*

*1.2. Evolución del concepto “proceso” a lo largo de la historia*

*1.3. La situación actual*

*1.4. Un método natural y eficaz de gestionar la empresa*

#### 2. Teoría de Sistemas

*2.1. ¿Qué es un Sistema?*

- 2.2. *Características de un Sistema*
- 2.3. *Las leyes del Pensamiento Sistémico*
- 2.4. *Los tres pilares del Pensamiento Sistémico*
- 2.5. *Arquetipos Sistémicos*
- 2.6. *Las otras cuatro disciplinas*
- 2.7. *Thinking System*
  
- 3. *¿Qué es un proceso?*
  - 3.1. *Definición de proceso*
  - 3.2. *Límites de un proceso*
  - 3.3. *Elementos de un proceso*
  - 3.4. *Factores de un proceso*
  - 3.5. *Diferencias entre especificaciones y calidad*
  
- 4. *Cliente interno – Proveedor interno*
  - 4.1. *Cliente Interno*
  - 4.2. *Proveedor Interno*
  
- 5. *Interacción de procesos*
  - 5.1. *Tipos de procesos*
  - 5.2. *¿Cómo definir el tipo de Proceso?*
  - 5.3. *El Mapa de Procesos*
  - 5.4. *Diferencias entre el mapa de procesos y el organigrama tradicional*
  
- 6. *Gestión de procesos*
  - 6.1. *El ciclo PDSA*
  - 6.2. *La ficha del Proceso*
  - 6.3. *Procedimientos e Instrucciones de Trabajo*
  
- 7. *Medición de Procesos*
  - 7.1. *Mediciones orientadas a propósito*
  
- 8. *Mejora de Procesos*
  - 8.1. *Herramientas para la mejora*
  - 8.2. *Reingeniería de procesos*
  - 8.3. *Evaluación Comparada*
  - 8.4. *Teoría de las Restricciones*
  - 8.5. *Innovación*
  
- 9. *Metodología de la Implantación*
  - 9.1. *Fases del Proyecto*
  - 9.2. *Los equipos de trabajo*
  - 9.3. *La resistencia al cambio*
  
- 10. *Del organigrama tradicional al mapa de interacciones*
  - 10.1. *Los obstáculos del modelo Taylorista*
  - 10.2. *De una estructura lineal a una estructura circular*
  - 10.3. *Las ventajas de la gestión por procesos*
  
- 11. *Mejora Continua*
  - 11.1. *La Mejora Continua como un proceso global de la organización*
  - 11.2. *Construir la estructura de la empresa en torno a la necesidad del cliente.*
  
- Módulo de Gestión de las Personas**
- 12. *La dirección del liderazgo*
  - 12.1. *Visión*
  - 12.2. *Misión*
  - 12.3. *Foco*
  
- 13. *Los patrones del liderazgo*
  
- 14. *Las palancas que mueven al ser humano*
  
- 15. *El pasado como proyección de un futuro mejor*
  
- 16. *Transformación de problemas en retos*
  
- 17. *La influencia, el trampolín al éxito*
  
- 18. *La motivación, energía hacia el éxito del liderazgo*
  
- 19. *Técnicas de coaching aplicadas en la empresa*

20. Los filtros con los que vemos y gestionamos nuestro mundo

21. El premio al fracaso

### **Módulo de Gestión de Proveedores**

22. Fundamentos Tácticos

22.1. *Los niveles de función de compras*

22.2. *El triángulo de las Compras*

22.3. *Impactos de la gestión de Compras en la Empresa*

22.4. *¿En que consiste una gestión de Compras?*

22.5. *¿En que consiste una gestión de Aprovisionamiento?*

22.6. *Objetivos de una gestión de Compras y Aprovisionamientos*

22.7. *Las fases de un proceso de compra*

22.8. *Prospección de mercados*

22.9. *Homologación de Proveedores*

22.10. *Definición de necesidades y características*

22.11. *Petición de ofertas y selección de fuentes de suministro*

22.12. *Principios de la negociación*

22.13. *La contratación. Modalidades de contratación y pedido*

22.14. *Seguimiento: variables a monitorizar*

22.15. *Suspensión de relaciones con los proveedores*

22.16. *Coste y Precio*

22.17. *Gestión continua de las Compras.*

23. Optimización del Proceso de Compras

23.1. *Segmentación de las masas de contratación*

23.2. *Conceptos de reducción, supresión y optimización*

23.3. *El coste y su relación con los planes de optimización*

23.4. *Las dos vías de un plan de optimización*

23.5. *El análisis de las necesidades*

23.6. *Formulación de planes de acción. Priorización de las acciones*

23.7. *Implantación y Ejecución del plan de acción. Seguimiento del plan.*

24. Monitorización y Diagnósis

24.1. *Monitorización de la Gestión de Compras*

24.2. *Diagnósis de la Gestión de Compras*

25. Gestión Estratégica de Proveedores

25.1. *Fundamentos de estrategia. Ámbito externo e interno*

25.2. *Segmentación de las masas de contratación*

25.3. *La matriz de Kraljic.*

25.4. *Mapas estratégicos para gestionar las contrataciones. Riesgos y Ventajas.*

25.5. *Las estrategias derivadas de la fuerza de los proveedores y la matriz de Kraljic.*

25.6. *Nuestra fuerza estratégica en el mercado como clientes.*

### **Módulo de Pensamiento Estratégico**

26. Conceptos básicos de estrategia

26.1. *Evolución de los sistemas de dirección de la Empresa*

26.2. *Conceptos clave*

26.3. *El proceso de dirección estratégica*

26.4. *El sistema de objetivos empresariales*

26.5. *Ética empresarial*

27. Análisis interno

27.1. *El diagnóstico interno de la empresa*

27.2. *La cadena de valor*

27.3. *El efecto Experiencia*

27.4. *Análisis de recursos y capacidades*

27.5. *Matrices estratégicas*

28. Análisis DAFO (SWAT)

28.1. *Conceptos y características del Análisis DAFO*

28.2. *Análisis externo: Determinación de oportunidades y amenazas*

28.3. *Análisis interno: Determinación de puntos débiles y fuertes*

28.4. *La matriz DAFO. Determinación de las estrategias*

29. Planificación estratégica

29.1. *Estrategia y ventaja competitiva*

29.2. *Ventaja competitiva en costes*

29.3. *Estrategia de diferenciación de productos*

- 29.4. La tecnología como variable competitiva
- 29.5. Estrategias específicas para industrias determinadas
- 29.6. El crecimiento empresarial
- 29.7. Estrategias de expansión
- 29.8. Estrategia de diversificación de actividades
- 29.9. Crecimiento interno y externo
- 29.10. Estrategia de cooperación
  
- 30. La toma de decisiones estratégicas
  - 30.1. El proceso de toma de decisiones
  - 30.2. Certeza, riesgo e incertidumbre en la toma de decisiones
  - 30.3. Criterios de decisión estratégica
  - 30.4. El modelo racional de toma de decisiones
  
- 31. La ejecución de la estrategia
  - 31.1. El proceso de implantación de la estrategia
  - 31.2. El diseño organizativo
  - 31.3. Dirección y liderazgo estratégico
  - 31.4. La cultura organizativa y la estrategia
  - 31.5. Sistemas de planificación y control
  
- 32. La Internacionalización
  - 32.1. La decisión estratégica de internacionalización
  - 32.2. Alternativas para el proceso de internacionalización
  - 32.3. Procesos de implantación de la estrategia internacional

#### **DURACION Y HORARIO**

**Duración:** 200 horas (180 horas presenciales + 20 horas de proyecto)  
**Inscripción hasta:** 31 de enero del 2012  
**Calendario:** del 8 de febrero al 5 de julio de 2012  
**Horario:** Miércoles y jueves de 16:00 - 20:30 h  
**Lugar de Realización:** FUE-UJI. Edificio Consell Social. Campus Riu Sec. 12071 Castellón

#### **TEMPORALIZACIÓN 2012**

##### **Módulo de Management Sistémico**

Febrero: días 8,9,15,16,22,23,29  
 Marzo: días 1,7,8,21,22,28,29  
 Abril: días 4,5

##### **Módulo de Gestión de las Personas**

Abril: días 18,19,25,26  
 Mayo: días 2,3,9,10

##### **Módulo de Gestión de Proveedores**

Mayo: días 16,17,23,24,30,31  
 Junio: días 6,7

##### **Módulo de Pensamiento Estratégico**

Junio: días 13,14,20,21,27,28  
 Julio: días 4,5

#### **PROFESORADO**

##### **Pedro Muro**

Titulado Experto Europeo en Gestión de Calidad por la Asociación Española para la calidad. Management Consultant, experto europeo en Gestión de Calidad y Procesos por la Asociación Española de la Calidad con más de 20 años de experiencia. Profundo conocedor de la metodología Deming, ha desarrollado su carrera dirigiendo los procesos de Calidad, Compras, Almacén y Logística de diferentes empresas.

##### **Fernando Álvarez**

Master en PNL con profesores de renombre internacional como John Grinder, Anthony Robbins, Robert Dilts. Experto en tecnología y Coach desde hace 4 años, formado en Coaching Co-activo. Conferenciante de la EOI (Escuela de Organización Industrial), ICADE, la Universidad Juan Carlos I y la Comisión Europea.

##### **Sebastián García**

Diplomado en Ciencias Empresariales y MBA por EAE-UPC. Experto en el área de Compras y Optimización de Costes. Completó su formación en el European Institute for Purchasing Management (EIPM), ha desarrollado su carrera dirigiendo, desarrollando y profesionalizando gestiones de compras y optimización de costes en empresas del sector de la automoción, el sector farmacéutico, multimedia e industrial.

##### **Javier Gil**

Ingeniero de Telecomunicaciones y Executive MBA (EAE). Ejecutivo con más de diez años de experiencia en desarrollo corporativo y

de negocio en sectores como telecomunicaciones, Internet, energía y transporte entre otros. Especializado en asesoramiento centrado en el análisis estratégico de proyectos de inversión y valoración de empresas industriales y de servicios para compañías de capital riesgo y private equity.

## Plazas limitadas

### DOCUMENTACIÓN QUE HAY QUE APORTAR

- Copia del título
- Curriculum Vitae
- Fotocopia del NIF
- Justificante de las tasas pagadas del curso a través de ingreso en efectivo/transferencia bancaria en el número de cuenta:  
2100-4236-14-2200003795 (Entidad: La Caixa)

### ¿Cómo y dónde tiene que entregar la documentación?

1. Personalmente en la FUE-UJI de Castellón (Universitat Jaume I)
2. Vía correo electrónico a [formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)
3. Vía fax al 964 387010

**Matrícula ordinaria: 2.100 €**

Política de descuentos:

- 10 % por ser trabajador de una empresa patrono de la FUE-UJI.
- 5 % a las segundas matrículas y consecutivas que una empresa realice en la misma actividad formativa.
- 5 % a titulados universitarios que se encuentren en situación de desempleo.
- 5 % a alumnos UJI/SAUJI (no acumulable con otros descuentos)

### ESTE CURSO ES BONIFICABLE A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN TRIPARTITA

- Todas las empresas, por cotizar a la Seguridad Social, reciben una bonificación anual por parte de la Fundación Tripartita, que se destina a la formación de los trabajadores.
- Este crédito bonificado es anual, por lo que ha de ser consumido antes de diciembre de 2011.
- Informamos y gestionamos gratuitamente el crédito formativo del que dispone la empresa para la formación de sus trabajadores (Real Decreto 395/2007, de 23 de marzo), así como del porcentaje de subvención que le corresponde.

La FUE-UJI ofrece ventajosas condiciones financieras a sus matriculados, gracias a los acuerdos con distintas entidades, con riesgo sujeto a aprobación por parte del Dpto. de inversiones de cada entidad.

#### 1. CREDITFACIL CONSUMO TIPO 0% (CAJAMAR)

Importe: Hasta 6.000 €  
Plazo: 6 meses  
Interés: 0%  
Com. Apertura: 3% (mínimo 30 €)  
Com. Cancelación: 0%

#### 2. PRÉSTAMO OPORTUNIDAD 0% (RURALCAJA)

Importe: Hasta 6.000 €  
Plazo: 3/6/10 meses  
Interés: 0%  
Com. Apertura: 2% (mínimo 12 €)/3% (mínimo 24 €)/4% (mínimo 36€)  
Com. Cancelación: 0%

Para más información: [formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)

### ESTE CURSO ES BONIFICABLE A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN TRIPARTITA

Desde la FUE-UJI actuamos como Entidad Organizadora, esto es, les gestionamos de forma gratuita toda la documentación ante la Fundación Tripartita para la Formación en el Empleo (FTFE) para que puedan bonificarse de los cursos de formación que se realiza en nuestro centro.

Para poder acceder a las ayudas para formación se deben cumplir esencialmente los siguientes requisitos:

- 1.- El participante debe ser trabajador por cuenta ajena, (no autónomos ni administraciones públicas)
- 2.- La formación debe ser pagada por la empresa
- 3.- La empresa debe tener ubicación en el territorio español

Toda empresa dispone cada año de un crédito para gastar en formación. Para calcular dicho crédito hay que considerar dos factores:

- 1.- Plantilla media del año anterior
- 2.- Importe (total) de las bases de cotización por contingencias profesionales pagadas por la empresa en el año anterior.

A partir de ahí y en función del número de trabajadores en plantilla se aplicará un porcentaje de bonificación.

El coste máximo bonificable de cada curso dependerá del número de participantes, la modalidad y duración del curso.

Si tienen pensado realizar algún curso de los que ofrecemos en el catálogo de la FUE-UJI y quieren bonificarse, es necesario que cumplimenten toda la documentación adjunta y nos la hagan llegar 10 días antes del inicio del curso, ya que, una vez iniciado no será posible aplicar la bonificación.

#### NOTA:

Es importante leer toda la documentación.

Es imprescindible cumplimentar y firmar debidamente toda la documentación.

Finalizado el curso y tramitado su expediente ante el aplicativo de la Fundación Tripartita, deberá esperar a que se les comunique el importe a bonificar y en el TC de qué mes.

#### Documentación para descargar necesaria:

1. [[Procedimiento para la bonificación](#)]
2. [[Anexo de Adhesión al Convenio](#)]
3. [[Comunicación a la RLT](#)]
4. [[Ficha empresa](#)]
5. [[Ficha participante](#)]

## Patronos

empresas y entidades



Contacta con nosotros

te ayudamos a encontrar lo que necesitas



**Silvia Membrilla**

Teléfono: 964 38 72 09  
[formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)



**Andrea Navarro**

Teléfono: 964 38 72 12  
[formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)



**Reyes Riera**

Teléfono: 964 38 72 10  
[formacion@fue.uji.es](mailto:formacion@fue.uji.es)



+34 964 38 72 22



Fundación Universitat Jaume I - Empresa, Campus Riu  
 Sec.  
 Edif. Escuela de Doctorado y Consejo Social, s/n  
 12071 Castellón de la Plana, España



#### Accesos

[Inicio](#)  
[La Fundación](#)  
[I + D + I](#)  
[Formación](#)  
[Jornadas](#)  
[Prácticas](#)  
[Becas para titulados](#)  
[EuroFUE-UJI](#)

#### Más visitadas

[Cursos FUE-UJI](#)  
[Oferta de prácticas extracurriculares](#)  
[Oferta de becas para titulados](#)  
[Proyectos Europeos e Internacionales EuroFUE-UJI](#)  
[Próximas Jornadas, Seminarios y Congresos](#)

#### Otras webs de la Fundación

[elfue.com](#)  
[EuroFUE-UJI](#)  
[InnovaUJI](#)

#### [Aviso legal](#)

[Portal de Transparencia](#)