

Curso Gestión y Organización Empresarial (online)

 Cursos de Formación FUE-UJI

Modalidad
Semi-presencial



Del 19/11/2018
al 15/09/2019



140 horas



PDF
Curso



Información
de Matrícula



200€

PRESENTACIÓN

El objetivo del curso es dar una visión global de la empresa en los ámbitos de la gestión y la organización.

Los titulados que participan en el Programa Experience complementan su experiencia práctica en una empresa relacionada con su titulación, con una visión genérica de los estamentos y sistemas más importantes en la empresa.

DATOS GENERALES

Duración: 140 horas

Modalidad: online (aula virtual)

Fechas y horario: octubre 2019 hasta 15 septiembre 2020

El curso se realiza durante todo el año ya que forma parte de una formación complementaria al Programa Experience (becas para titulados) que se gestiona desde la FUE-UJI.

Teléfono de contacto: 964 38 72 09

Título / Diploma obtenido: Formación continuada por la Universitat Jaume I

DESTINATARIOS

- Becarios del Programa Experience de la FUE-UJI.
- Todas aquellas personas que estén interesadas en conocer mejor los ámbitos de gestión y organización empresarial.

PROGRAMA

El plan docente consiste en seis módulos que dan una visión global de lo que es la organización en la empresa.

I. Gestión de la información en las organizaciones.

Este módulo pretende explicar la importancia fundamental de los sistemas de información en las organizaciones. Dada la relevancia de la información en la empresa, es preciso preguntar cómo se puede lograr que la información necesaria esté en el momento oportuno en poder de las personas que la necesitan, bien para tomar decisiones, bien para ejecutar las acciones derivadas de tales decisiones. El Sistema de Información (SI) de la empresa es el encargado de gestionar esa información y facilitar un mejor aprovechamiento de la misma.

Muy pocas empresas consideran hoy viable su funcionamiento sin el empleo más o menos intensivo de las Tecnologías de la Información (TI). En este sentido, el desarrollo de la TI ha constituido una auténtica revolución en el campo de la Administración de Empresas pasando a convertirse en una herramienta imprescindible para la gestión.

La aplicación de la informática en el marco empresarial ha venido a modificar las técnicas de actuación en dicho ámbito, de tal modo que puede afirmarse que la gran mayoría de las empresas, sea cual sea su dimensión, ha incorporado, en mayor o menor medida, la nueva TI a sus procesos de gestión.

II. Innovación empresarial.

El objetivo principal de este módulo es ofrecer al alumnado una visión sobre la importancia de la innovación para las empresas como base para la mejora de su competitividad y supervivencia a largo plazo.

Para ello, en un primer apartado se define el concepto de innovación, su diferencia con la creatividad y las fases del proceso innovador. Asimismo, en este apartado se detallan los diferentes tipos de innovación que se pueden dar, proporcionando ejemplos de todos ellos.

En el segundo apartado, se revisan algunos de los principales antecedentes o facilitadores de la innovación empresarial, como son la pertenencia a un cluster o distrito industrial, el liderazgo, así como la cultura y estructura organizativas.

Por último, se dedica un apartado donde se estudia cómo medir la innovación empresarial, así como la capacidad innovadora de los países de la Unión Europea. Para ello, se utiliza el Cuadro europeo de indicadores de la innovación, elaborado por la Comisión Europea en 2018.

III. Trabajo en equipo.

El objetivo de este curso sobre el trabajo en equipo es, además de entender el significado del concepto, profundizar en los equipos que se autogestionan, que son el tipo de equipo más importante en el mundo empresarial. Para ello analizamos las organizaciones que fomentan este tipo de equipos, las innovarquías, y el comportamiento de las personas para trabajar en estos equipos, proponiendo el comportamiento “Jedi” como el ideal para trabajar en ellos.

IV. Desarrollo y marketing personal.

El marketing de relaciones, desde que surgió a mediados de los años 80 del pasado siglo, ha venido incrementando su protagonismo en las estrategias de marketing de las empresas y las organizaciones, y con los constantes cambios y aplicaciones de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación y la evolución de las propias métricas de las acciones de marketing, su presencia e implementación se ha hecho más que evidente. También el Marketing Personal, ligado tradicionalmente a la promoción personal de los individuos en su trayectoria profesional o en su proyección social, ha experimentado significativos cambios en los últimos tiempos. Su análisis, comprensión y aplicación por parte de los individuos y a veces impulsado por las propias empresas, se ha convertido en un factor indispensable para lograr el éxito. En este capítulo, junto con una descripción del marketing de relaciones y sus principales herramientas, se va a aportar la nueva visión del marketing personal o personal branding, y una guía de las principales herramientas que nos pueden ayudar a llevar a cabo un Marketing Personal exitoso, desde la fase inicial de análisis y revisión personal, pasando por el autodiagnóstico que nos permita elaborar una visión propia y formular unos objetivos personales, a partir de ese trabajo de introspección, apoyándose en aquellos aspectos en los que destacamos o podemos destacar de forma notable y que se deseen potenciar, y todo ello, siendo conscientes en todo momento del trabajo que se ha realizado para lo cual es muy importante la retroalimentación constate que nos permita tomar decisiones con sentido y responsabilidad.

V. Laboral y seguridad social

El objetivo principal de este módulo es transmitir al alumnado los principios básicos de la relación de la empresa y el trabajador con la Seguridad Social.

En el primer apartado, se exponen, brevemente, el inicio de la relación laboral que conlleva la firma del contrato de Trabajo, además de las diferentes modalidades contractuales.

En el segundo apartado, se realiza una sencilla explicación del método de cálculo del recibo de salario (nómina), así como sus diferentes partes, deducciones de Seguridad Social e IRPF.

En el tercer apartado, se recogen las principales prestaciones de la Seguridad Social así como la importancia de la base de cotización en las mismas.

En el último se expone el procedimiento de cotización a la Seguridad Social a través de la aplicación de escritorio SILTRA de la Tesorería General de la Seguridad Social. (sistema de liquidación por tramos).

VI. Prevención de riesgos laborales

El objetivo principal de este módulo es transmitir al alumnado los principios preventivos básicos, así como los derechos y obligaciones que tenemos los trabajadores en relación con la salud y la seguridad laboral. Ayudarle a conocer los riesgos que puede encontrarse en su trabajo; y orientarle sobre cómo la prevención nos permite trabajar en un entorno seguro y saludable. Para ello, se ofrece una amplia, aunque breve, visión de los distintos aspectos de la prevención de riesgos laborales.

En el primer apartado, se exponen, brevemente, los principales principios y conceptos preventivos recogidos en nuestro marco normativo. Y se destaca el derecho de los trabajadores a un trabajo seguro y saludable, así como sus obligaciones y las del empresario.

En el segundo apartado, para facilitar su reconocimiento, se hace una exposición de los principales factores de riesgo a los que puede estar expuesto cualquier trabajador, indicando como afectan a nuestra salud.

En el tercer apartado, se recogen las principales medidas de prevención y de protección frente a esos diferentes factores de riesgo.

En el último se exponen aquellos aspectos más característicos de la prevención, que afectan a la mayor parte de puestos de trabajo (primeros auxilios, emergencias, señalización, etc.).

VII. Protección de datos

El objetivo principal de este módulo es dar a conocer y concienciar al alumnado de la necesidad de la protección de los datos en las organizaciones. Necesidad originada por la propia empresa por su, cada vez más, dependencia de los flujos de información para su correcta operativa, gestión, administración y toma de decisiones. Y por el obligatorio cumplimiento del marco regulatorio legislativo cuando se trate de datos personales. El módulo está estructurado en cuatro apartados principales.

El primer apartado, introductorio, en el que se justifica la necesidad de proteger los datos tanto personales como no personales.

El segundo módulo, en el que se presenta diversas metodologías, conjunto de normas y buenas prácticas para la protección de los datos de las organizaciones.

El tercer módulo, que pretende dar a conocer la evolución histórica de legislación en cuanto a datos personales.

Y el cuarto módulo, en el que se tratará los aspectos clave del vigente Reglamento Europeo de Protección de datos

METODOLOGÍA

El profesor de cada módulo pondrá disponible en aula virtual el material docente que deberá leer, estudiar y consultar el/la alumno/a. Para cada módulo, el estudiante deberá superar un test de preguntas sobre el contenido de cada curso. Para obtener el título del curso de formación continua el/la alumno/a deberá superar las pruebas de cada uno de los módulos.

EVALUACIÓN

Realización y superación de los test de cada módulo.

PROFESORADO

Francisco Fermín Mallén Broch



Profesor Ayudante Doctor en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I (Castellón).

Doctor en Gestión Empresarial por la Universitat Jaume I, Máster en Investigación de Mercados y Sistemas de Información (UNED) y Máster en Psicología del Trabajo, de los Recursos Humanos y de las organizaciones (UJI).

Pertenece al grupo de Investigación de la Universitat Jaume I “People and Organizations Development”, cuyas líneas de investigación son, entre otras, la dirección y desarrollo de recursos humanos, el aprendizaje organizativo, el liderazgo y la innovación. Habiendo participado en varios proyectos de investigación, ha publicado en revistas como Journal of Business Ethics o Leadership and Organization Development.

Emilio Domínguez Escrig



Máster en Marketing e Investigación de Mercados (UJI) y licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas (UJI).

Ha sido profesor asociado del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I (Castellón).

Actualmente, es investigador en formación en esta misma universidad y elabora una tesis doctoral que analiza los antecedentes de la innovación radical en las organizaciones.

Su investigación aborda temas como el empoderamiento, la capacidad para perdonar, el altruismo o el aprendizaje. Ha publicado en revistas como Leadership and Organizational Development Journal.

Rafael Lapiedra Alcamí



Catedrático de Organización de Empresas. Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Jaume I. Master en Dirección de Negocios Europeos y Sistemas de Información por la Anglia Polytechnic University.

Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la Universitat Jaume I.

Su campo de trabajo se centra en el estudio de estrategias de cooperación y la importancia estratégica de los sistemas de información empresariales.

Ha publicado en Organization Studies, Research Policy, European Journal of Innovation Management, International Journal of Manpower, Technology Analysis and Strategic Management.

Ricardo Chiva Gómez

Catedrático de Organización de Empresas en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I de Castellón.



Doctor en Administración de Empresas (Universitat Jaume I; Premio Extraordinario de Doctorado), Master in Management (ESCP Europe Business School: París, Oxford, Berlín) y Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (Universitat de València).

Premio de investigación del consejo social de la Universitat Jaume I (2002) y Premio del Centro de Estudios Financieros (CEF), en la modalidad de Recursos Humanos (2008). Ha sido Profesor visitante en King's College London y la University of Liverpool.

Su docencia e investigación se han centrado en el ámbito del cambio y aprendizaje organizativos; y la gestión y desarrollo de los seres humanos en las organizaciones.

En dicho campo ha organizado congresos (OLKC 2012), coordina un grupo de investigación en la Universitat Jaume I (IDEA) y ha publicado en revistas como International Journal of Management Reviews, British Journal of Management, Technovation o Management Learning

Luis Callarisa Fiol



Profesor Titular de Universidad del Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I.

Miembro fundador de IMK Innovación en Marketing de la Red Avanzada de Grupos de investigación de la UJI desde 2001.

Actualmente unidad adscrita al Instituto de investigación Polibienestar desde 2012.

Es miembro de AEMARK y AEDEM y ha estado en la Comisión Técnica y Científica del Congreso AEMARK de 2011. Además es también miembro de la comisión científica y técnica de congresos internacionales como QUALICER o Marketing Trends.

Actualmente es Vicedecano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas desde mayo 2010 y Secretario de la Conferencia Española de Decanos del Economía y Empresa en la CV, CONFED-ECV desde 2014.

Juan Carlos Redondo Gamero



Profesor Asociado en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I (Castellón), desde 2006.

Fundador de la empresa redondo @sesores (1988-actualidad), dedicada al asesoramiento integral de empresas, en todos sus ámbitos, laboral, fiscal y jurídico.

Miguel Angel Gimeno Navarro



Profesor ayundante doctor del Dpto. de Administración de Empresas y Marketing Universitat Jaume I de Castellón.

Miembro del equipo de investigación GlobCons (Conciencia Global). Sus líneas de investigación giran alrededor de la salud en las organizaciones, la creatividad, el trabajo en equipo, y la conciencia global

Juan Darocha Huerta



Profesor Asociado en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universidad Jaume I de Castellón, en el área de Organización de Empresas.

Consejero Delegado y Director Técnico de la empresa Ágora Telecom (actualmente integrada en Nunsys)

INFORMACIÓN DE LA MATRÍCULA

IMPORTE DE LA MATRÍCULA

200 euros

DOCUMENTACIÓN NECESARIA

- Fotocopia del DNI (alumnos extranjeros, NIE o pasaporte)
- Justificante de ingreso de la matrícula

Número de cuenta para realizar el ingreso: (nombre, apellidos y curso)
ES64 2100-4236-14-2200003795 (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
3. Vía fax al 964 387010

Más información

Fundación Universitat Jaume I-Empresa

Dpto. de Formación

Teléfonos: 964 387 222 / 09

Fax. 964 387 010

Emails: formacion@fue.uji.es – smembri@fue.uji.es

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



Andrea Navarro

Teléfono: 964 38 72 12
formacion@fue.uji.es



Reyes Riera

Teléfono: 964 38 72 10
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](#)