



PROGRAMA INTEGRAL DE MANAGEMENT (PIM)

INFORMACIÓN INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

| | |
|----|--|
| 02 | INTRODUCCIÓN <i>Objetivos</i> <i>¿A quién va dirigido?</i> |
| 03 | MÓDULOS <i>Del 1 al 10</i> |
| 05 | CUADRO ACADÉMICO |
| 09 | PLANIFICACION <i>Jornada</i> <i>Calendario</i> <i>Lugar</i> <i>Precio</i> <i>Información</i> |

El sector de la salud, actividad física y ocio ha pasado a ser desde principios del S.XXI uno de los mercados con un mayor crecimiento, tanto en cifra de negocios como de clientes, que requiere de profesionales cada vez más preparados y capacitados para poder dirigir a sus compañías en un entorno cambiante, cada vez más competitivo, en el que el cliente ha pasado de comprar servicios a buscar experiencias. Los máximos responsables de estas compañías han de ser capaces de gestionar con eficiencia la realidad del momento y ser lo suficientemente flexible para poder adaptar el modelo de negocio de su

compañía para seguir teniendo éxito en el futuro. Para lograr este objetivo, los directivos han de saber gestionar los momentos de crisis (económica, de identidad, de producto, de equipos...), identificar los canales y medios de comunicación y marketing que más leads puedan generar, conocer la solidez del modelo negocio y las posibilidades de implantar nuevos modelos complementarios. Estos profesionales han de ser los líderes que guíen a sus equipos para alcanzar el éxito y para ello han de disponer de los recursos personales necesarios para poder abordar con garantías estas responsabilidades.

OBJETIVOS

Fomentar las aptitudes, actitudes y capacidades para tomar decisiones, trabajar en equipo, liderar proyectos y personas, analizar situaciones y adquirir un espíritu crítico-analítico.

Dominio las nuevas técnicas y herramientas específicas de gestión en las áreas de recursos humanos, habilidades directivas, economía y finanzas, marketing y dirección estratégica.

Ayudar a los empresarios a mejorar la gestión diaria de su empresa.

Facilitar recursos y herramientas para su crecimiento personal.

¿A QUIÉN VA DIRIGIDO?

Responsables máximos de la línea ejecutiva de las compañías (directores generales, adjuntos a la dirección, responsables de división o puestos similares)

Miembros de los órganos de gobierno de las compañías (presidentes, consejeros, accionistas, miembros de junta directiva o similar)

Representantes de primer nivel de corporaciones (inversores, entidades financieras, ...)

MÓDULOS

01

PLANTEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

*Introducción a la estrategia
El modelo Business Model Canvas?
Diseño de la propuesta de valor
Uso de las herramientas "4 actions frameworks" y "What if..."*

03

IMPLANTACIÓN DE LA INNOVACIÓN COMO METODOLOGÍA DE TRABAJO

*Ventajas de los modelos de innovación
Visual thinking como herramienta de trabajo
Procesos y personas dentro de la innovación*

02

FUENTES DE FINANCIACIÓN Y VALORACIÓN CORPORATIVA

*Opciones para financiar un proyecto
Apalancamiento vs pérdida de control
Creación de indicadores para la venta de un proyecto*

04

EL LÍDER INSPIRADOR

*El éxito de los equipos a través del líder
Los tres pilares del éxito personal y el liderazgo.
Reflexiones sobre el papel del líder dentro de la organización*

05

NUEVAS METODOLOGÍAS PARA SELECCIONAR TALENTO

*Los tiempos cambian, los candidatos cambian y los talentos cambian
La nueva metodología para la selección de personas
La importancia de Adquirir y Retener Talento como obligación del CEO*

07

PUESTA EN MARCHA DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE

*¿Está tu empresa preparada para implantar metodología de Experiencia de cliente?
Herramientas necesarias para la implantación de un modelo CEX
El duro proceso de la puesta en marcha*

09

MANEJO DE CRISIS CORPORATIVA

*Comunicación para una sociedad líquida
Prevención de crisis
Afrontar una crisis y gestionarla*

06

DIGITALIZACIÓN, UN FUTURO MUY PRESENTE

*Análisis de la situación digital
El poder de los datos como valor diferenciador
Análisis y toma de decisiones*

08

ÍNDICES DE REPUTACIÓN CORPORATIVA Y SU APLICACIÓN EN LAS EMPRESAS

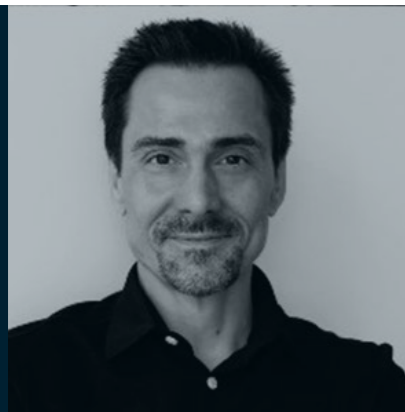
*Que piensas tú, tus empleados y tus clientes de ti
Atributos de la identidad corporativa
Diseño de estrategias de corto, medio y largo plazo*

10

DE LA COMERCIALIZACIÓN DEL MARKETING A LA OMNICANALIDAD

*Análisis de la situación digital
El poder de los datos como valor diferenciador
Análisis y toma de decisiones*

CUADRO ACADÉMICO



JESÚS ALCOBA

Director de la escuela de negocios de La Salle en Madrid

Autor de cinco libros y coautor de otros once, es TEDx Speaker y ha impartido conferencias en diversos países, desde Estados Unidos a Filipinas. Doctor en estrategia, cursó su Master of Business Administration (MBA) en Madrid y Nueva York. Como investigador de la figura del explorador polar Ernest Shackleton desde las ópticas del liderazgo y el éxito personal es autor del libro La Brújula de Shackleton (galardonado en 2015 como uno de los mejores libros de empresa), y creador del proyecto 99Shack, un diario virtual que recrea la expedición Endurance a lo largo de los dos años que duró la misión. Es, además, el único investigador español que ha participado como key speaker en la Shackleton Autumn School, el evento mundial de referencia sobre el explorador antártico.



JOSÉ MANUEL CASTELLANO

Socio Director en Think Creative

Dea en Economía Financiera y Licenciado en ADE por CUNEF, su perfil combina un profundo conocimiento de la valoración empresarial con las técnicas y metodologías del siglo XXI para la innovación del modelo de negocio de las empresas. Durante más de 25 años trabajó para el grupo BBVA como Directivo de Innovación Corporativa. Desde hace 5 años su actividad laboral se encuentra ligada a la empresa consultora norteamericana especializada en estrategia de reinención e innovación empresarial Think Creative de la cual es el responsable en nuestro país. Profesor y ponente en distintas Universidades y escuelas de negocio en temáticas de innovación y estrategia empresarial y Co-Autor del libro B2S Big to Small - Las estrategias de las grandes corporaciones al alcance de la mediana empresas.



PABLO FONCILLAS

Profesor investigador de Marketing en el IESE Business School

Cuenta con una profunda experiencia en operaciones, ventas y marketing y una capacidades de gestión multicultural. Ha contribuido al crecimiento de multinacionales en diferentes países, industrias (servicios de comercialización, alimentos, aerolíneas, servicios públicos y ocio) y roles. Durante su carrera, ha ayudado a desarrollar planes de marketing para más de 175 marcas en más de 25 países trabajando en ventas y administración general y como miembro de la junta directiva. Acostumbrado a trabajar con objetivos bajo fuertes restricciones de tiempo, gestionando grandes equipos (+100) y atraído por el trabajo desafiante y no rutinario. Actualmente es miembro del claustro del IE Bussiness School.

Especialidades: gestión de P / L, gestión de clientes, negociaciones de contratos (sector público y privado), marketing, comunicación (ATL / BTL), branding, innovación, investigación, reingeniería de procesos, atención al cliente, KAM, ventas y marketing en línea, ingresos auxiliares, desarrollo de negocios, gestión de proveedores...



VERÓNICA FUMANAL

Directora en Estudio de comunicación Verónica Fumanal

Licenciada en Ciencias Políticas, Master en marketing y comunicación política por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha dirigido varias campañas electorales y ha trabajado como directora de comunicación con diversos partidos y líderes de ámbito local, autonómico y nacional. Docente en masters de comunicación política en la Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Pompeu Fabra y la Universidad Camilo José Cela. Colabora con diversos medios de comunicación, así como en revistas especializadas en el ámbito de la comunicación y el marketing político.



ARTURO GUERRERO

*Customer Experience
Analytics Technical Presales
at IBM.*

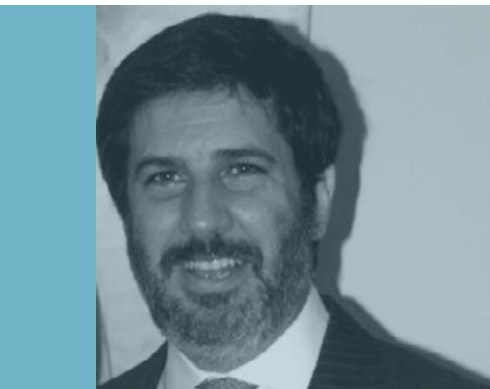
Ingeniero Superior de Telecomunicación por la Universidad de Alcalá y la Danmarks Tekniske Universitet de Copenhague. Experto de IBM en el campo de Experiencia de Cliente, ha trabajado como consultor en más de 50 empresas en todo el mundo ayudando a estas organizaciones a mejorar sus beneficios y la satisfacción de sus clientes por medio de un mejor entendimiento de la experiencia de sus usuarios en las plataformas digitales.



STEVEN MACGREGOR

*Profesor MBA y MDF en el IEB
(Instituto de Estudios
Bursátiles)*

Fundador de The LAB (Leadership Academy of Barcelona) que ayuda a desarrollar el talento de las mejores empresas del mundo en los campos de la salud y el desempeño ejecutivo, el pensamiento de diseño y la innovación sostenible. Desde 2010, ha trabajado con más de 5.000 ejecutivos de todo el mundo, a través de charlas, talleres y coaching, y ha impartido más de 300 clases en las escuelas y universidades de negocios mejor clasificados, incluyendo IESE, IMD, CEIBS, y Pompeu Fabra. Un atleta internacional, se ha entrenado con los atletas olímpicos, los ciclistas del Tour de Francia, y los campeones Ironman.



JOSÉ GONGORA

*Profesor MBA y MDF en el IEB
(Instituto de Estudios Bursátiles)*

Licenciado en CC Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Executive MBA por la IES Business School (Universidad de Navarra). Cuenta con más de 12 años de experiencia como profesor en programas MBA y MDF en entidades como el IEB y el IESE. Ha sabido compaginar su actividad como director de negocio inmobiliario en Caixa Bank donde cuenta con más de 20 años de experiencia con su labor como docente.



MIGUEL ÁNGEL NAVARRO

*Vice-Chairman & CEO
en Catenon Worldwide
Executive Search*

Actualmente es consejero dominical y ha ocupado el cargo de Director General (COO) de Catenon desde la creación de la compañía en el año 2000 y Vicepresidente del Consejo de Administración desde el 2015. Es miembro de las juntas directivas del Foro de Marcas Renombradas Españolas y de CEIM-CEOE así como del patronato FJS. Anteriormente fue Deputy Managing Director Sanitas Day Care Hospitals (BUPA Group), Sales & Marketing Manager en PSA Citroen, y Auditor en Deloitte. Es licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid.



ABEL LINARES

Ceo Nunky

Licenciado en Ingeniería Superior Aeronáutica por la Universidad Politécnica de Madrid y Senior Management por el Instituto de Empresa. Miembro del Instituto de Consejeros y Administradores IC-A. Consejero Asesor de WISEKey (Swiss eSecurity company), fundador y CEO de Nunkyworld boutique de Consultoría Estratégica. Cuenta con más de 20 años de experiencia en alta dirección y Gobierno Corporativo. Ha sido Consejero Delegado (CEO) en cuatro compañías, dos de ellas cotizadas en el Ibex 35 y una dentro de las 100 primeras del Nasdaq. Ha ocupado posiciones de Presidente y Consejero en diversas empresas. Demostrando fuertes habilidades de ejecución y visión de negocio, creando equipos de alto rendimiento combinando diversidad y creatividad en diferentes sectores de actividad: Telecomunicaciones, Internet, Consultoría Servicios IT, Publicidad, Ingeniería y Defensa.



ÁNGEL SANZ

*Responsable de Spcge
en España (Spartan Race
Europe)*

Después de ser un jugador de baloncesto profesional, desarrolló su carrera en el sector inmobiliario en diferentes compañías nacionales e internacionales de primer nivel (Ernst & Young, Miller Developments, Grupo Lar), posteriormente creó Grupo Gante, que sigue activo en España y también ha ampliado su negocio en Colombia. En 2008, fundó The Crow Legacy Company (CLC), que es una compañía enfocada en cambiar el mundo a través del deporte. Eso se hace de una manera muy innovadora con Educación, Programas de tutoría, Eventos deportivos, Competiciones deportivas, Programas de capacitación en valores y un enfoque de Marketing deportivo muy diferente. Especialidades: educación, inversión internacional, mercadotecnia, negocios deportivos, capacitación

CALENDARIO PLANIFICACIÓN

JORNADAS

El programa consta de 10 sesiones presenciales a razón de 1 sesión por mes entre los meses de Enero a Diciembre de 2019 (excluyendo Julio y Agosto).

Las jornadas costarán de una ponencia magistral y taller práctico donde se presentará y analizará un caso real dónde aplicar los conocimientos aprendidos. Además, a cada módulo le corresponderá un material de estudio previo y un trabajo posterior.

Las sesiones presenciales serán 1 miércoles de cada mes y comenzarán a las 9:00h finalizando a las 17:30h. Se plantea como opción que el almuerzo se mantenga la conversación en inglés con una persona nativa que moderará la sesión. De este modo se favorecerá el mantenimiento del nivel de este idioma y se trabará el vocabulario específico.

Estas sesiones solo se celebrarán si hay un grupo mínimo para que se lleve a cabo.

LUGAR

CAMPUS UNIVERSITARIO LA SALLE

Aravaca, Madrid


PRECIO

7.235 €

MÁS INFORMACIÓN

CLAUDIA DE SANTIAGO

 eventos@masenweb.com

 masenweb.com

AENOR
R
Empresa
Registrada