

OCTUBRE 2011 | SEPTIEMBRE 2012
Master en Direcció i Gestió de Comerç

MAESTROS
DE
COMERCIO
Y
GESTION

ESCOLA de
COMERC
de COSTA
MASTER

FICHA TECNICA

Objetivo

Capacitar profesionalmente a las personas que trabajan o quieren trabajar en el ámbito comercial y de servicios de costa, tanto en el sector privado como público.

El curso proporciona los conocimientos y las habilidades necesarias para una correcta gestión empresarial. En particular, se enfoca en el ámbito del comercio con una especial atención al comercio turístico.

Asimismo el profesional que siga esta formación debe ser capaz de diseñar las estrategias oportunas para hacer crecer el negocio en el actual contexto de mercado global.

Destinatarios

Personas con titulación universitaria oficial (graduados, diplomados, licenciados, ingenieros y arquitectos técnicos o superiores) que estén trabajando o quieran hacerlo en el sector comercial y / o de servicios, especialmente propietarios y directivos de establecimientos comerciales.

Aquellas personas que quieran seguir este programa formativo y no tengan titulación universitaria pueden inscribirse al curso y, en superarlo, obtendrían un certificado de Curso de Extensión Universitaria en Dirección y Gestión de Comercio.

Duración

60 créditos ECTS

Fechas

Fecha de inicio: 3 de octubre del 2011

Fecha de finalización: 20 de septiembre del 2012

Horario

Lunes, martes y miércoles de 17.00 a 21.00.

Sesiones de apoyo jueves de 17.00 a 21.00 (7 sesiones)

Ubicación

Escuela de Comercio de Costa
Av. Pau Casals, 14 - 43840 Salou

Precio

4.900 €

Dirección Académica

Dra. M. Glòria Barberà Mariné
Dr. Jaume Gené Albesa

Coordinación Académica

Sr. Jesús A. Mármol
Sr. Sergi Albarrán

Coordinación de Proyectos

Dr. Jaume Gené Albesa

Titulación

URV-ECC

Nota: Las duraciones de los programas corresponden a créditos ECTS, que representan la suma del trabajo del alumno, más las horas lectivas presenciales y las horas de tutoría personalizada.

de COASTA de COMERCIO ESCOPIA de

ITINERARIO Y TITULACIÓN

El Programa en Dirección y Gestión de Comercio está estructurado de manera modular y ofrece dos perfiles profesionalizadores, que da derecho a las siguientes titulaciones:

El título de Master en Dirección y Gestión de Comercio para las personas con titulación universitaria oficial (graduados, diplomados, licenciados, ingenieros y arquitectos técnicos o superiores).

El certificado de Curso de Extensión Universitaria para aquellas personas que no tengan titulación universitaria.

Para obtener el título URV-ECC es obligatoria la asistencia a un 80% de las clases.

Al final, tanto del Master como de la Extensión Universitaria, se realizará una defensa del proyecto de Fin del Master ante un tribunal de profesionales expertos en Dirección y Gestión de Comercio.

PROGRAMA

MODULO 1

Nombre: GESTIÓN DE EMPRESA

ECTS: 25

Horas lectivas: 200

1.1. Dirección Estratégica (32h)

- 1.1.1. La organización empresarial en la era de la globalización: factores a tener en cuenta para consolidar la rentabilidad y el éxito en los mercados actuales.
- 1.1.2. Organización empresarial: modelos y aplicaciones estructura y puesto de trabajo en el establecimiento comercial.
- 1.1.3. Cultura empresarial, organización y equipos de trabajo
- 1.1.4. Procedimientos, niveles, visión y creación de la estrategia
- 1.1.5. La dirección de las empresas de distribución comercial
- 1.1.6. Las áreas funcionales
- 1.1.7. Estructura y estrategia: Departamentalización
- 1.1.8. Responsabilidad Social Corporativa

1.2. Familia Empresaria (20h)

- 1.2.1. Gobierno y propiedad familiar en empresas familiares
- 1.2.2. La profesionalización de la empresa familiar
- 1.2.3. Protocolo Familiar: la herramienta para alcanzar con éxito el relevo generacional.
- 1.2.4. Planificar la sucesión en la empresa familiar
- 1.2.5. Relación entre generaciones en la empresa familiar: trabajo en equipo.

1.3. Recursos Humanos y Habilidades Directivas (24h)

- 1.3.1. Introducción a la gestión de los RRHH.
- 1.3.2. Herramientas para la gestión de los RRHH: gestión de puestos de trabajo y de cumplimiento
- 1.3.3. Las empresas de hoy: cultura del cambio y enfoque del cliente

- 1.3.4. El liderazgo y la gestión de las personas
- 1.3.5. Comunicación interpersonal
- 1.3.6. La motivación
- 1.3.7. Conducción de reuniones
- 1.3.8. Gestión y resolución de conflictos

1.4. Gestión Financiera y Control de Gestión (52h)

- 1.4.1. La función financiera: información financiera
- 1.4.2. Análisis estático del patrimonio: balance de situación y equilibrios básicos
- 1.4.3. Análisis dinámica
- 1.4.4. Fondo de maniobra y análisis del circulante
- 1.4.5. Análisis económica y financiera
- 1.4.6. La planificación financiera: movimientos del circulante, presupuesto de tesorería, balance previsional, presupuesto
- 1.4.7. Estrategia financiera a corto plazo: análisis de estados previsionales y diseño de una estrategia a corto plazo.
- 1.4.8. Estrategia financiera a largo plazo: modelos de crecimiento en equilibrio financiero, política de financiación, estructura de capital y política de dividendos
- 1.4.9. Técnicas de gestión del circulante
- 1.4.10. El control de gestión: fundamentos, cuadro de mando y toma de decisiones

1.5. Operaciones y "Supply Chain Management" (24h)

- 1.5.1. Operaciones y logística: Estrategia, táctica y gestión operativa.
- 1.5.2. La cadena de suministro "Supply Chain".
- 1.5.3. El proceso de compra: Modelos, proveedores, procedimientos y toma de decisiones.
- 1.5.4. La logística integral: gestión de los flujos y calidad del servicio.
- 1.5.5. La gestión de stocks: el gasto de los inventarios. Indicadores de gestión.
- 1.5.6. Tratamientos de casos prácticos

PROGRAMA

1.6.Fundamentos de Marketing (44h)

- 1.6.1.El concepto y el contenido del marketing
- 1.6.2.El Plan de Marketing.
- 1.6.3.El entorno de marketing.
- 1.6.4.El comportamiento de compra.
- 1.6.5.El Sistema de Información de Marketing y la Investigación Comercial.
- 1.6.6.La segmentación del mercado y el posicionamiento.
- 1.6.7.El Marketing mix.
- 1.6.8.El Retailing mix.

Una sesión de apoyo al módulo 1: 4h

MODULO 2

Nombre: **GESTIÓN DE COMERCIO**

ECTS: 13

Horas lectivas: 104

2.1.Merchandising

- 2.1.1.Introducción al merchandising. Concepto y alcance (36h)
- 2.1.2.Atracción exterior.
- 2.1.3.Disposición del punto de venta
- 2.1.4.Animación del punto de venta.
- 2.1.5.Promoción de ventas
- 2.1.6.Surtido
- 2.1.7.La gestión del espacio del lineal
- 2.1.8.Nuevas tendencias en gestión del espacio comercial
- 2.1.9.Retailtainment o funciones Shopping.

2.2.La venta. Atención a la clientela (36h)

- 2.2.1.Personal punto de venta
- 2.2.2.El rol del personal de venta

- 2.2.3.Tipologías de clientes
- 2.2.4.Estrategia de venta
- 2.2.5.Las actitudes lingüísticas
- 2.2.6.Fases del proceso de venta

2.3.e-Comercio (20h)

- 2.3.1.eBusiness, eMarketing i eComercio
- 2.3.2.Catálogo de productos on-line
- 2.3.3.Medios de pago
- 2.3.4.Seguridad
- 2.3.5.Logística
- 2.3.6.Análisis funcional de la Web. Usabilidad..
- 2.3.7.Posicionamiento en buscadores (Gratis y pagando)
- 2.3.8.Xaxes sociales

Tres sesiones de apoyo al modulo 2: 12h

MODULO 3

Nombre: **TURISMO Y COMERCIO DE COSTA**

ECTS:13

Horas lectivas:104

3.1.Dirección y Planificación del Turismo

- 3.1.1.Análisis económico del sector turístico
- 3.1.2.Clusters turísticos y cooperación.
- 3.1.3.Creatividad y gestión de la innovación en organizaciones turísticas
- 3.1.4.Desarrollo sostenible de turismo
- 3.1.5.Estrategias de comunicación y distribución de los productos turísticos
- 3.1.6.Estrategias de segmentación y gestión de precios de los servicios turísticos
- 3.1.7.Gestión de destinos turísticos locales

PROGRAMA

3.2. Turismo y Comercio de Costa

- 3.2.1. El marco de la actividad del comercio de costa
- 3.2.2. Tipología del cliente turista
- 3.2.3. Los condicionamientos del viaje turístico para el gasto en destino. TT.OO., turistas y gasto turístico.
- 3.2.4. La diversificación del gasto turístico en los destinos de costa
- 3.2.5. Comportamientos y hábitos de compra del turista de costa: qué, cuánto y cuándo?
- 3.2.6. Los factores que rodean la acción de compra del turista de la zona euro y externos.
- 3.2.7. Diferenciación del comercio de costa versus la globalización.

3.3. Consumidor Turístico y Merchandising

- 3.3.1. Consumidor Turístico y la Comunicación Intercultural como estrategia comercial
- 3.3.2. Consumidor Turístico multicultural y Técnicas de Venta
- 3.3.3. Merchandising Global: El punto de venta integrado en un contexto turístico comercial
- 3.3.4. Prospección de productos y servicios dentro del marco del Comercio Turístico Internacional

Tres sesiones de apoyo al módulo 3: 12h

MODULO 4

Nombre: PROYECTO DE FIN DE MASTER

ECTS: 9

Horas presenciales de asistencia a tutorías: 25

Horas de elaboración del trabajo: 200

OCTUBRE 2011 | SEPTIEMBRE 2012
Master en Dirección y Gestión de Comercio

Dirección General
Dirección de Ventas
Dirección de Marketing
Dirección Comercial

SALIDA PROFE SIONAL

La realización de este programa facilita el acceso a puestos de trabajo

EQUIPO DOCENTE

SALVADOR ANTON CLAVÉ (URV)

Doctor en Geografía por la URV y Master en Estudios Regionales, Urbanos y Metropolitanos por la UAB. Catedrático de Universidad de Análisis Geográfico Regional en la URV. Director de la Escuela Universitaria de Turismo y Ocio y del Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio.

XAVIER ARNAVAT CARBALLIDO (URV)

Licenciado en filosofía y ciencias de la educación (UB. 1989). Formación en marketing y comunicación (EADA, ESADE & UAB). Asesor del Delegado del Gobierno en Cataluña, en la Subdelegación del Gobierno en Tarragona (desde noviembre de 2008). Profesor (desde 2002) de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Departamento de Gestión de Empresas. Profesor colaborador de diversos postgrados y l'MBA de la URV, y del MBA de la UdG. Director de Marketing de la Cadena OPTICA SALAS, desde el año 2000 al 2008. Actualmente compatibiliza las tareas profesionales en la Administración y en la docencia con tareas de Consultor de marketing y comunicación para diversas empresas e instituciones (NATURAL OPTICS GROUP, PATRONATO DE COMERCIO Y TURISMO DE REUS, SMHAUSA, etc ...)

JORDI CALABUIG (URV)

Licenciado en Geografía y Historia. Profesor de la Escuela Universitaria de Comercio y Ocio de la URV. Producto Manager del Parque Científico y Tecnológico de Turismo y Ocio de la URV. Consultor en planificación y desarrollo turístico.

XAVIER CÀMARA TURULL (URV)

Profesor Titular de Escuela Universitaria del Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad Rovira i Virgili donde imparte clases de finanzas desde 1997. También imparte clases de finanzas en el Master de Dirección Estratégica de la Empresa (URV) y en el Master en Finanzas y Gestión Bancaria (URV e Instituto de Estudios Financieros). Además colabora como Consultor

docente en la Universidad Abierta de Cataluña desde 2003 y ha realizado diversos cursos de formación para empresas en el ámbito de la Economía financiera

FERNANDO CAMPA PLANAS (URV)

Doctor en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Rovira y Virgili, Licenciado en Ciencias Empresariales y Master en Dirección de Empresas por ESADE y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la UPC. Durante su trayectoria profesional ha desarrollado diversos puestos de responsabilidad; como en el área de auditoría en Arthur Andersen y ENHER-ENDESA, de planificación y control en el Grupo INI, y especialmente en IBERIA LAE como Director de Control y Seguimiento, y PORT AVENTURA como Director de Administración y Finanzas. Actualmente es profesor colaborador permanente del Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad Rovira i Virgili y Secretario de este Departamento. Es miembro de la Comisión de principios de contabilidad de gestión de ACCID y de AECA, y ha publicado varios artículos sobre las áreas de control de gestión, especialmente vinculados al sector hotelero y de ocio.

ROSALÍA CASCÓN PEREIRA (URV)

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la URV. Su curiosidad por el comportamiento humano dentro y fuera de la empresa la llevó a licenciarse también en Psicología por la Universidad de Barcelona. Doctora en Economía y Empresa por la URV. Ha impartido numerosos cursos y asignaturas sobre habilidades directivas, dirección de recursos humanos y comportamiento organizativo a nivel de grado y postgrado, tanto en el contexto universitario como fuera de éste. Actualmente, es profesora colaboradora permanente del departamento de Gestión de Empresas y coordinadora del Master Oficial en Dirección Estratégica de la Empresa de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la URV

EQUIPO DOCENTE

NATALIA CHRISTENSEN (Fundación NEXIA)

MBA Entrepreneurship & Family Business. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas. Consultora y profesora de Fundación Nexia para el Desarrollo de la Familia Empresarial.

XAVIER COLL OLALLA (Ass. Gabinete Técnico Comercial)

Ingeniero Industrial por la UB y Graduado en Dirección de Empresa por el IESE. Director de AGTC. Miembro de los subcomités de Medio Ambiente y de Medios de Pago de EuroCommerce en Bruselas. Experto en la Comunidad Europea en materia de comercio interior y formación. Secretario General adjunto de la Confederación de Comercio de Cataluña. Secretario General adjunto del Consejo de Gremios de Comercio y Servicios de Barcelona. Profesor de Distribución Comercial en el INSA de Barcelona.

OSCAR CODURAS MARTÍNEZ (EAE)

Director de Investigación y Formación Permanente de la Fundación EAE y Director de Proyectos y Desarrollo de la Fundación Nexia. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Consultor de empresas.

JORDI ESPASA ARANA (URV)

Doctor por la Universidad Rovira y Virgili. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona. Actualmente es profesor titular de Universidad en el área de Economía Financiera y Contabilidad habiendo participado en MBA y otros masters universitarios. Ha colaborado en diversos despachos profesionales de contabilidad..

JAUME GENÉ ALBESA (URV)

Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Profesor Titular de Universidad. Área de Conocimiento, Comercialización e Investigación Mercados de la URV. Imparte las asignaturas de Comercio electrónico, Marketing de

Servicios y Fundamentos de Marketing. Coordinador y profesor del área de Marketing del Master Business Administration (MBA) de la URV. Imparte el módulo de eBusiness a la Maestría en Gestión y Desarrollo de Franquicias de la Universidad de Barcelona. Ha sido profesor consultor de Marketing Electrónico en la UOC. Asesor de empresas e instituciones respecto a políticas comerciales ya su presencia en Internet.

ANA BEATRIZ HERNÁNDEZ LARA (URV)

Doctora en Organización de Empresas por la Universidad Pablo de Olavide y licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Sevilla. Actualmente es profesora ayudante del Departamento de Gestión de Empresas de la Universidad Rovira i Virgili (URV) donde ha estado trabajando desde el año 2007. Anteriormente, fue profesora colaboradora permanente en el Departamento de Dirección de Empresas de la Universidad Pablo de Olavide, donde desarrolló diferentes categorías académicas desde el año 2001 hasta el 2007. Su docencia siempre ha estado relacionada con ámbitos de Organización de Empresas y Dirección Estratégica de la Empresa.

JAVIER MARÍN LACASTA (Alkescobwed)

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales. Master en Dirección de Empresas. Socio Director de Alkescobweb. Director del programa Master en Gestión de la Cadena de Suministro, Supply Chain Management de EAE.

ALBERT PÀMIES RIMBAU (Inspira Project)

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Rovira i Virgili, Tarragona. Curso especialización en Dirección Comercial en la Escuela de Negocios, Instituto Superior de Marketing Barcelona (ISM). Socio fundador y Gerente de Inspira Project, empresa especializada en e-Business y soluciones Web para empresas. Director comercial de la cadena Beep a Data Logic SL, Reus, realizando tareas de Creación, definición e implantación junto a la Dirección General de la estrategia comercial de la compañía, Gestión, control,

EQUIPO DOCENTE

supervisión y motivación de un equipo comercial de 25 personas y una red de 400 franquicias a nivel nacional. Definición de las políticas comerciales y su aplicación. Maximización del beneficio de las franquicias. Coordinador de la implantación de nuevos centros con el departamento de expansión.

NOEMÍ RABASSA FIGUERAS (URV)

Doctora en Administración y Dirección de Empresas. Profesora Titular de Escuela Universitaria. Área de conocimiento Comercialización e Investigación Mercados de la URV. Imparte las asignaturas Dirección de Marketing, Estrategias de Comunicación y Distribución de los Productos Turísticos y Sistemas Tecnológicos Integrales de Comunicación y Distribución. Coordinadora de los programas oficiales de master en Turismo de la Escuela Universitaria de Turismo y Ocio. (Master en Técnicas de Análisis e Innovación Turística Master en Dirección y Planificación del Turismo)

FRANCESC RUFAS (Ingenio Asesores)

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la UCB. Bachelor i MBA en Business Administration por la U La Verne, CA, USA, Especialidad en Management i Marketing. Fundador i Director de Ingenio Asesores. Nombrado como uno de los 8 mejores expertos consultores en Marketing de España por el Diario Expansión y la consultora internacional Daemon Quest. Ex profesor de la UB, de la EAE, de la UdG i de la U. de La Verne, CA, USA, entre otros. Ex adjunto de director de relaciones internacionales y de Marketing de Dolley CPY, Hawaii, USA. Consultor en el área Estratégica y Marketing.

PERE SEGARRA ROCA (URV)

Doctor en Administración y Dirección de Empresas. Profesor Titular de Escuela Universitaria. Área de conocimiento Comercialización e Investigación Mercados de la URV. Imparte las asignaturas Estrategias de Marketing, Emprendimiento y Estrategias de segmentación y precios de los servicios turísticos. Director de la Cátedra sobre el Fomento de la Emprendeduría y la Creación de Empresas de la URV.

PONENTES INVITADOS A LAS SESIONES DE APOYO

JAUME ANGERRI

Presidente de ACCIÓN 10 de la Generalitat de Catalunya (Módulo 1)

JOSEP MARIA RECASENS

Director General de Comercio de la Generalitat de Catalunya (Módulo 2)

MIGUEL ÁNGEL FRAILE

Secretario General de la Confederación de Comercio de España y de Catalunya (Módulo 2)

JOSÉ R. SANTOLALLA

Coordinador General del Programa Europeo de Formación Básica del Comerciante de la UE (Módulo 2)

SANTIAGO PAGÈS

Director de Comercio de Turismo de Barcelona y Director de Barcelona Shopping Line (Módulo 3)

BENET PRESAS

Director General de Cadena Med Playa (Módulo 3)

CAIETÀ FERRÀS

Presidente del Consejo de Gremios de Comercio y Turismo de Barcelona (Módulo 4)

OCTUBRE 2011 | SEPTIEMBRE 2012
Master en Direcció i Gestió de Comerç

Informació e inscripció:

Escola de Comerç de Costa
Secretaria Tècnica
Passeig del 30 d'Octubre, 4
43840 Salou

Rafael Valcárcel
Tel: 977 309 200 (ext. 1224)
rvalcarcel@salou.cat
www.escc.es

Fundació URV
Centre de Formació Permanent
Av. Onze de Setembre, 112
43203 Reus

Montserrat Torrents
Tel: 977 32 74 09
montse.torrents@fundacio.urv.cat
www.fundacio.urv.cat/formacio

