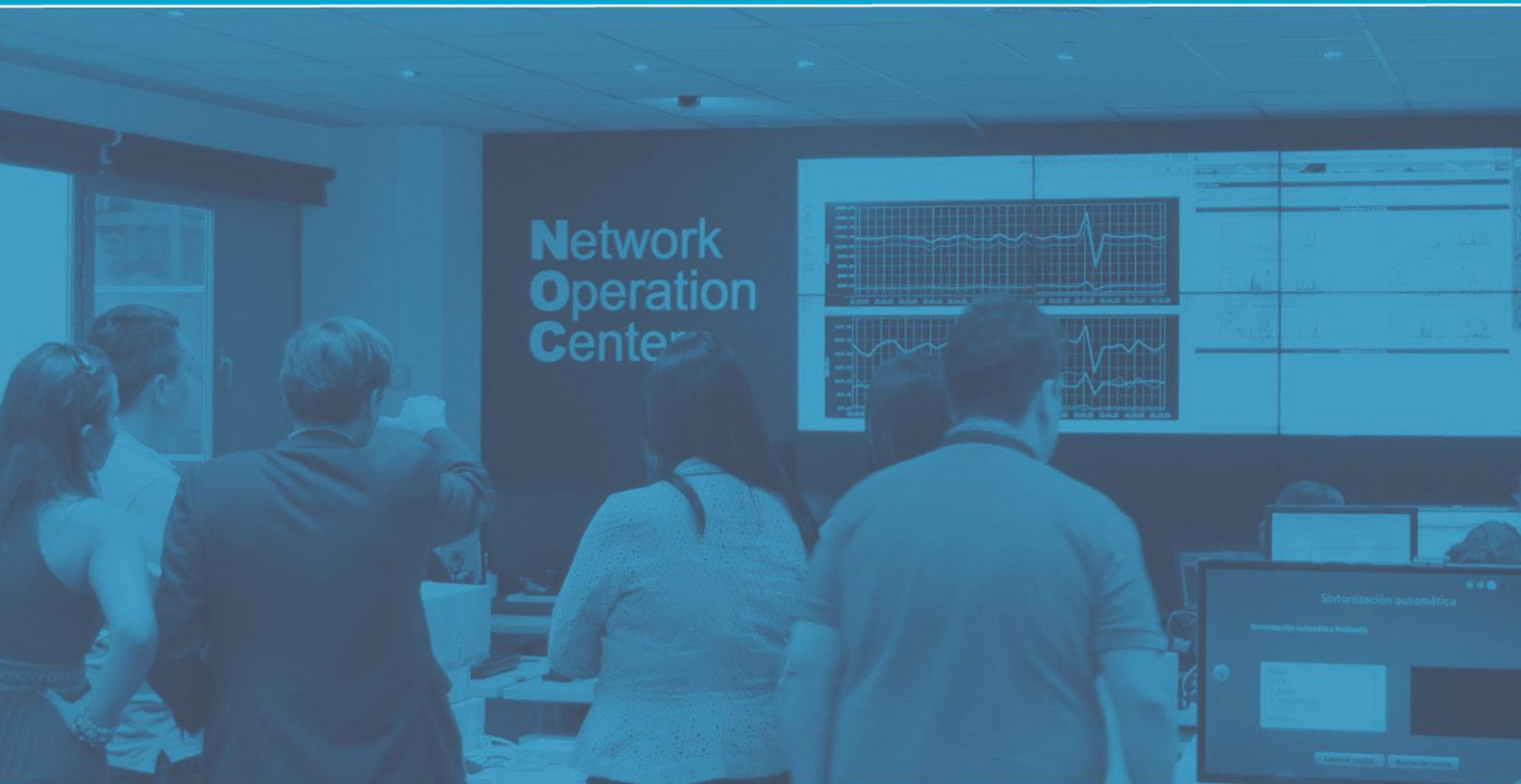




next International
Business School

Programas Internacionales de Alta Capacitación (PIAC)



**VNIVERSIDAD
D SALAMANCA**

UIMP

Universidad Internacional
Menéndez Pelayo



Universidad de Valladolid



**Universidad
Zaragoza**



Universitat de Lleida

PROGRAMAS INTERNACIONALES DE ALTA CAPACITACIÓN (PIAC)

PERÚ - ESPAÑA

NEXT INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

INTERNACIONALIZACIÓN, LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Anticipando un nuevo modelo económico y empresarial

Madrid, 2015



NEXT INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

PRESIDENTE DE NEXT IBS



Manuel Campo Vidal
Doctor en Sociología
Licenciado en Periodismo e Ingeniero Técnico Industrial
Directivo en medios de comunicación
Presidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión

PRESIDENTE DE CONSEJO ACADÉMICO DE NEXT IBS



Manuel Castells
Premio Holberg 2012
Catedrático de Comunicación y Sociología
Titular de la Cátedra Wallis Annenberg de Tecnología de
Comunicación y Sociedad en la University of Southern California
Catedrático Emérito de la University of California, Berkeley
Catedrático de Sociología y Director del Internet Interdisciplinary Institute de la Universitat
Oberta de Catalunya, Barcelona
Profesor de Investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas

DIRECTOR GENERAL DE NEXT IBS



José Lominchar Jiménez
Vicepresidente de la Asociación Española de Coaching Ejecutivo y Empresarial
Doctor en Derecho (UCM), MBA y licenciado en Derecho
Docente y conferenciante internacional especialista en Estrategia, Negociación Internacional
e Inteligencia Económica

Estimado alumno:

La sociedad globalizada cambia profundamente y a gran velocidad. Empresas, gobiernos, instituciones y escuelas de negocios que no evolucionan a su ritmo, pierden el paso y quedan superadas. Desde esa preocupación, **Next International Business School** ofrece una respuesta educativa eficaz a las nuevas **exigencias de las empresas y de los profesionales**.

Como parte de nuestro **compromiso con la excelencia** académica y profesional surgen los **Programas Internacionales de Alta Capacitación**. Nuestros PIAC, o Semanas Internacionales, son la mejor oportunidad para recibir **clases magistrales**, visitar **empresas** de relevancia y hacer **contactos** con empresas, **directivos** y docentes del máximo reconocimiento, tanto españoles como internacionales, además de disfrutar del **patrimonio cultural** de Madrid.

Les invitamos a disfrutar de la posibilidad de formarse en **áreas de relevancia y gran crecimiento**, situándose en la vanguardia de los conocimientos, tanto en el sector empresarial, internacional, las nuevas tecnologías como el Big Data o la ciberseguridad, sectores emergentes, etc.; para aportar un **valor diferencial** a su perfil profesional, establecer una red de **networking** y conocer **España**, de la mano de **Next IBS** y sus **profesionales de reconocido prestigio**.

SEMANAS INTERNACIONALES

PROGRAMAS INTERNACIONALES DE ALTA CAPACITACIÓN (PIAC)

Las Semanas Internacionales organizadas por Next International Business School en Madrid (España) tienen como principal objetivo potenciar y desarrollar conocimientos específicos con un gran valor diferencial en el ámbito profesional.

OBJETIVOS

Esta formación intensiva y específica tiene como principales objetivos:

- Potenciar la carrera profesional de los participantes con conocimientos punteros y prácticos en su ámbito de actuación empresarial y profesional.
- Aplicar los últimos avances y técnicas, así como el nuevo enfoque de la formación práctica impartida por profesionales de experiencia destacada y expertos en la materia.
- Aportar un elemento enriquecedor a diferentes áreas de conocimiento, en relación con el mundo empresarial.
- Marcar una clara diferencia con las técnicas de formación tradicionales.
- Fomentar el *networking* entre profesionales en proceso de formación como herramienta fundamental para el desarrollo del sector público y privado.

FORMATO

- **Lugar** de celebración del programa: Madrid, España
- **Fechas:** Sábado 12 al Domingo 20 de marzo 2016.
- **Duración** del programa: 9 días
- **Titulación:** Diploma acreditativo Next International Business School

Semana Internacional

INTERNACIONALIZACIÓN, LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

JORNADA 1: SÁBADO	Recepción de los invitados en el aeropuerto y traslado al alojamiento. Hora de llegada en función de vuelos.
JORNADA 2: DOMINGO	<p>Inauguración de la Semana Internacional: Breve presentación del programa, con las recomendaciones posibles para su estancia en Madrid, actividades académicas, turísticas y culturales a desarrollar en la ciudad durante el fin de semana.</p> <p>Los participantes dispondrán del sábado y el domingo para conocer la ciudad y prepararse para las jornadas intensivas de la Semana Internacional.</p>
JORNADA 3: LUNES	<p>08:00-09:00 Desayuno en el hotel/Residencia</p> <p>09:00-09:15 Traslado a las aulas</p> <p>10:00-12:00 Introducción a la Comunicación Integral Avanzada</p> <p>12:00-12:15 <i>Coffee Break</i></p> <p>12:15-14:00 Inteligencia Económica: liderazgo efectivo</p> <p>14:30-16:00 <i>Lunch*</i></p> <p>16:15-19:00 Visita empresarial</p> <p><i>Tiempo libre</i></p>
JORNADA 4: MARTES	<p>08:00-09:00 Desayuno en el hotel/Residencia</p> <p>09:00-09:15 Traslado a las aulas</p> <p>10:00-12:00 Liderazgo y habilidades de comunicación</p> <p>12:00-12:15 <i>Coffee Break</i></p> <p>12:15-14:00 Generar credibilidad en los negocios globales</p> <p>14:30-16:00 <i>Lunch</i></p>

	<p>16:15-19:00 Visita cultural</p> <p><i>Tiempo libre</i></p>
JORNADA 5: MIÉRCOLES	<p>08:00-09:00 Desayuno en el hotel/Residencia</p> <p>09:00-09:15 Traslado a las aulas</p> <p>10:00-12:00 Nuevas herramientas de la gestión y protección empresarial: ciberseguridad</p> <p>12:00-12:15 <i>Coffee Break</i></p> <p>12:15-14:00 Networking internacional efectivo</p> <p>14:30-16:00 <i>Lunch</i></p> <p>16:15-19:00 Visita empresarial</p> <p><i>Tiempo libre</i></p>
JORNADA 6: JUEVES	<p>08:00-09:00 Desayuno en el hotel/Residencia</p> <p>09:00-09:15 Traslado a las aulas</p> <p>10:00-12:00 Europa y Latinoamérica: cambios y oportunidades de mercado</p> <p>12:00-12:15 <i>Coffee Break</i></p> <p>12:15-14:00 Emprendimiento en negocios internacionales</p> <p>14:30-16:00 <i>Lunch</i></p> <p>16:15-19:00 Visita empresarial</p> <p><i>Tiempo libre</i></p>
JORNADA 7: VIERNES	<p>08:00-09:00 Desayuno en el hotel/Residencia</p> <p>09:00-09:15 Traslado a las aulas</p> <p>10:00-12:00 Neuromarketing en los negocios</p> <p>12:00-12:15 <i>Coffee Break</i></p> <p>12:15-14:00 Comportamiento social en los negocios</p> <p>14:30-16:00 <i>Lunch</i></p>

	16:15 Acto de clausura y entrega de diplomas** <i>Tiempo libre</i>
JORNADA 8: SÁBADO	08:00-09:00 Desayuno en el hotel/Residencia <i>Día libre: Visita a Toledo</i>
JORNADA 9: DOMINGO	<i>Día de partida/ Traslado al aeropuerto</i>

*Durante la hora prevista para *Lunch*, aprovecharemos para hacer una ruta gastronómica y degustación típica española (cocina madrileña, asturiana, gallega, y alguno de los restaurantes más famosos, como el Real Café del Real Madrid CF). Cada día se visitará un restaurante típico de la gastronomía española.

** La Clausura:

- Palabras del presidente de Next International Business School
- Entrega de diplomas a los participantes
- Despedida y cóctel

Nota: Las visitas culturales, ruta gastronómica y las visitas a empresas se organizarán en función de las fechas de la semana internacional.

Actividades Semana Internacional

EJEMPLOS DE VISITAS CULTURALES

Para los participantes del programa organizamos la ruta cultural de visita a los museos, los monumentos y los centros culturales importantes.



PALACIO DE COMUNICACIONES

El Palacio de Comunicaciones (denominado desde 2011 Palacio de Cibeles) es un conjunto integrado por dos edificios de fachada blanca ubicados en uno de los centros del Madrid histórico.

A comienzos del siglo XXI es incorporado al patrimonio municipal y transformado en Centro Cultural y sede del Ayuntamiento de Madrid.



MUSEO DEL PRADO

El Museo Nacional del Prado es uno de los más importantes del mundo, así como uno de los más visitados. Alfonso E. Pérez Sánchez, antiguo director de la institución, afirmaba que *«representa a los ojos del mundo lo más significativo de nuestra cultura y lo más brillante y perdurable de nuestra historia»*. Singularmente rico en cuadros de maestros europeos de los siglos XVI al XIX, su principal atractivo radica en la amplia presencia de Velázquez, El Greco, Goya, Tiziano, Rubens y El Bosco, de los que posee las mejores y más extensas colecciones que existen a nivel mundial.



MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

La apertura del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía en 1990 supuso la creación de un museo de arte moderno y contemporáneo del siglo XX en España de nivel internacional. En la colección permanente del museo destaca un núcleo de obras de grandes artistas españoles del siglo XX, especialmente Pablo Picasso, Salvador Dalí y Joan Miró, representados ampliamente y con algunas de sus mejores obras. Son muy relevantes también las colecciones de arte surrealista del Cubismo, y la presencia de artistas expresionistas, como Francis Bacon o Antonio Saura.



PALACIO REAL

El Palacio Real de Madrid es la residencia oficial del Rey de España, utilizada fundamentalmente para ceremonias de Estado. Es el Palacio Real más grande de toda la Europa Occidental. Alberga un valioso patrimonio histórico-artístico, destacando el conjunto de instrumentos musicales conocido como los Stradivarius Palatinos. El interior del palacio destaca por su riqueza artística, tanto en lo que se refiere al uso de toda clase de materiales nobles en su construcción como a la decoración de sus salones con obras de arte de todo tipo.



CATEDRAL DE LA ALMUDENA

La catedral de Santa María la Real de la Almudena es la sede episcopal de la archidiócesis de Madrid (España). Se trata de un edificio construido durante los siglos XIX y XX. Fue consagrada por Juan Pablo II en su cuarto viaje a España, el 15 de junio de 1993, siendo de este modo la única catedral española dedicada por un papa. El templo está dedicado a la Virgen María, en su advocación de Nuestra Señora de la Almudena, patrona de la ciudad de Madrid.

TOLEDO



Toledo es una de las ciudades históricas más importantes de España. Se encuentra en la comunidad autónoma de Castilla-La Mancha y fue antigua capital de España. Es conocida como "La ciudad Imperial" por haber sido la sede principal de la corte de Carlos I y como "la ciudad de las tres culturas", por haber estado poblada durante siglos por cristianos, judíos y musulmanes.

EJEMPLOS DE RUTA GASTRONÓMICA



Real Café Bernabeu



Teitu, restaurante de la cocina asturiana



La Bola, restaurante conocido por el cocido madrileño tradicional
Lamucca, restaurante de la cocina moderna



Terraza Gymage, restaurante moderno con piscina y vistas a la ciudad



Taberna de la Daniela, restaurante típico de cocido madrileño

EJEMPLOS DE POSIBLES VISITAS A EMPRESAS



CIUDAD FINANCIERA BANCO SANTANDER

El mayor banco de la Eurozona y uno de los más grandes del mundo. Banco Santander es un banco global y multinacional que en 2012 fue confirmado, por tercera vez en los últimos años, como el Mejor Banco el Mundo, de acuerdo con la clasificación anual de Euromoney. Al cierre del último ejercicio, Santander era el mayor de la Eurozona y uno de los trece mayores del mundo por capitalización bursátil.



LA BOLSA DE MADRID

La Bolsa de Madrid fue creada en 1831, por lo que sus 180 años de historia la convierten en una de las instituciones financieras más antiguas de España. A lo largo de su dilatada historia, la Bolsa de Madrid ha jugado un papel decisivo en el desarrollo del país, alternando grandes periodos de apogeo industrial y económico con otros de crisis y depresión, pero siempre actuando de fiel barómetro del desarrollo económico de España.



INDITEX (ZARA, MASSIMO DUTTI, PULL & BEAR, OYSHO...)

Inditex es uno de los principales distribuidores de moda del mundo, con ocho formatos comerciales -Zara, Pull & Bear, Massimo Dutti, Bershka, Stradivarius, Oysho, Zara Home y Uterqüe - que cuentan con 6.058 establecimientos en 86 mercados.



AENA (AEROPUERTOS ESPAÑOLES)

El Grupo Aena es un conjunto de empresas dedicado a la gestión aeroportuaria y a la provisión de servicios de navegación aérea. A través de Aena Aeropuertos S.A.(de la que Aena posee el 100% del capital) gestiona 46 aeropuertos y 2 helipuertos en España y participa directa e indirectamente en la gestión de otros 23 aeropuertos en todo el mundo. Es el primer operador aeroportuario del mundo por número de pasajeros, con más de 200 millones.



RENFE (TRENES DE ALTA VELOCIDAD)

Renfe Operadora tiene como misión la prestación de servicios de viajeros y mercancías, bajo el principio de seguridad, desarrollando su actividad con una clara orientación al cliente, con criterios de calidad, eficiencia, rentabilidad e innovación, persiguiendo el incremento de la cuota de mercado del ferrocarril, sobre la base del compromiso con la sociedad y el desarrollo de sus empleados.



TELEFÓNICA

Con más de ocho décadas de experiencia y crecimiento constante, Telefónica es hoy un operador integrado de telecomunicaciones líder en España. Su actividad se centra fundamentalmente en los negocios de telefonía fija y telefonía móvil, con la banda ancha como herramienta clave para el desarrollo de ambos, y en los servicios y aplicaciones de las Tecnologías de la Información.



CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

El Congreso de los Diputados es la Cámara baja de las Cortes Generales, el órgano constitucional que representa al pueblo español. El Congreso de los Diputados está compuesto por un mínimo de 300 y un máximo de 400 diputados, siendo su número actual de 350 por determinación de la Ley Orgánica de Régimen Electoral General, aprobada en 1985.



QUANTIS

Quantis es la primera empresa proveedora de servicios de Internet vía satélite de España, y uno de los más importantes proveedores del sur de Europa, dando soporte a clientes en más de 20 países de todo el mundo. Quantis provee soluciones vía satélite para el acceso a Internet, así como redes de datos, voz y vídeo con cobertura global mediante tecnología VSAT. Soluciones expertas orientadas a los desafíos profesionales de todo tipo de actividad.

BREVE RESUMEN DE ALGUNAS DE LAS PONENCIAS PROPUESTAS

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN INTEGRAL AVANZADA

La incesante revolución que se está produciendo en el mundo empresarial demanda profesionales altamente cualificados, que conozcan perfectamente las herramientas de la comunicación para lograr así la eficacia y el liderazgo en la gestión. En el ámbito de la empresa, la comunicación es la clave del liderazgo, la llave que abre los negocios o el recurso para afrontar con éxito una crisis. Es frecuente encontrarnos con pérdidas de liderazgo de los máximos directivos como consecuencia de que no comunican bien ni externa ni internamente; y, desde luego, con empresas que pierden oportunidades y que no conquistan con la suficiente energía determinados territorios porque no comunican de acuerdo con las pautas culturales del área a conquistar comercialmente. Con mucha frecuencia, se abandona el intento de poner remedio a esa deficiencia, sin percibir que la comunicación es un arma estratégica en las organizaciones clave para mejorar la productividad, la competitividad y la responsabilidad social. En esta formación se ofrecerá una visión global, integrada, completa y no parcelada de todas aquellas materias que están en relación con ese elemento fundamental en nuestra vida que es la comunicación. Se abarcará la comunicación pasando por las claves de todas las especialidades de la materia conocidas: institucional, empresarial, publicidad, comunicación en crisis, construcción del discurso y análisis y repercusión de los actos comunicativos. Esta formación proporcionará respuesta a las necesidades profesionales que, en la actualidad, demanda el sector empresarial: desde hablar bien en público y establecer redes de contactos, hasta organizar presentaciones públicas de proyectos en cualquier tipo de ámbito o desenvolverse con eficacia en los medios de comunicación, tanto convencionales como emergentes.

INTELIGENCIA ECONÓMICA: LIDERAZGO EFECTIVO

La Sociedad de la Información y la globalización económica están motivando una profunda reflexión estratégica en el seno de las organizaciones, que incorporan paulatinamente, en el proceso de apoyo a la toma de decisiones, herramientas propias de la Inteligencia Estratégica, Competitiva o Tecnológica, modernas disciplinas que permiten explotar de forma más útil todo el potencial de la gestión del Conocimiento y la Innovación, como factores clave de desarrollo y competitividad.

La Inteligencia Económica está relacionada con otros ámbitos de gestión especializada de la información y de creación de conocimiento como Inteligencia Competitiva, Marketing Intelligence, Business Intelligence / Inteligencia empresarial, Gestión del conocimiento, Information Technology, Seguridad y protección de la información, y algunos otros campos afectados por el proceso de la información. Se debe obtener por medios formales y no formales éticos y legales. La Inteligencia Económica puede tener un ámbito de aplicación muy

amplio, en el campo empresarial, grandes empresas y PYMES, a nivel nacional ,en la Administración Central , y a nivel territorial en las Administraciones Autonómicas y Locales.

Los asistentes a esta formación específica podrán obtener una visión global de la Inteligencia Económica a través de sus diversas ramas: la Comercial orientada al cliente, la Competitiva y la Tecnológica, orientadas a la competencia y a los nuevos desarrollos, y la de los sistemas de apoyo a la decisión. Todo ello conjugado con la Gestión del Conocimiento y del Talento en un proceso que permita tomar las decisiones adecuadas para el cumplimiento del Plan Estratégico de la empresa. Asimismo, los participantes obtendrán la capacidad de asesoramiento a la Alta Dirección, de auditar el Sistema de Inteligencia y para identificar las funciones y puestos a cubrir por expertos en Inteligencia Económica en la empresa u organización.

LIDERAZGO Y HABILIDADES DE COMUNICACIÓN

Desde mediados de la década de los años 70 vienen produciéndose profundos cambios en el entorno en que se mueven las organizaciones. Las habilidades profesionales fundamentales de los gerentes en el siglo XXI deben ser: la formulación de estrategias, la dirección de recursos humanos, la mercadotecnia y las ventas, el manejo de las finanzas, la negociación y la solución de conflictos. Por tanto, proyectar liderazgo y negociar bien adquiere una fundamental importancia para poder lograr mejores relaciones en la vida y, como consecuencia, más agradables y sólidas posiciones. La negociación depende de la comunicación, puesto que cada vez que la gente intercambia ideas con la intención de relacionarse, cada vez que se intenta llegar a acuerdos, se está negociando. En esta sesión presentaremos diferentes tipos de negociación, cruciales para la preparación de la misma, clasificadas según las personas involucradas, la participación de los interesados, asuntos que se negocian, etc. Proporcionaremos a los participantes los conocimientos y habilidades necesarias para negociaciones internacionales efectivas, tales como las habilidades de relación interpersonal, el conocimiento de su propio negocio, la tecnología del negociador que se refiere al dominio de los procesos y técnicas de negociación. Asimismo, se explicarán las etapas del proceso de negociación y algunas de las fórmulas para el éxito. A la vez, trataremos sobre las habilidades directivas, necesarias para desempeñarse con éxito en un cargo gerencial en cualquier nivel de una organización.

EUROPA Y LATINOAMÉRICA: CAMBIOS Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

Iberoamérica ha constituido siempre una prioridad en la política exterior de España. Los fuertes lazos humanos, históricos, sociales, culturales, políticos y económicos así lo justifican y motivan que España dé un lugar preeminente a esta región en el diseño de las líneas generales de su política exterior. Dentro de esta prioridad general, hay que saber reflejar al mismo tiempo los profundos cambios que se han vivido en los últimos años, tanto en España, como en América Latina y saber dar un nuevo enfoque a estas relaciones. A la vez, América Latina, gracias a dichos vínculos diferencia España de cualquier otro socio. En esta sesión, tratemos de esbozar las principales características de estas relaciones económicas y políticas. Enfocaremos, sobre todo, los cambios producidos en los últimos años y la manera en la que dichos cambios afectan a las relaciones internacionales, teniendo en cuenta las peculiaridades de cada país de

Latinoamérica. Además, veremos como España, como parte de la Unión Europea, desempeña un papel esencial en el diseño de la política europea para América Latina, pero indicaremos cómo se han alterado las relaciones entre la UE, en general, y España en particular, con América Latina en los últimos diez años. Dedicaremos especial atención a las políticas innovadoras de crecimiento económico y a los retos del futuro para afrontar la nueva realidad de los mercados emergentes, sin olvidar la crisis económica y sus consecuencias. Para ello, adoptamos distintas perspectivas que incluyen no solamente las relaciones políticas y económicas, sino también el intercambio de ideas y las percepciones mutuas.

NEUROMARKETING

Actualmente son muy pocas las empresas que están interesadas en el neuromarketing o medición biométrica. Una quincena de corporaciones extranjeras, la mayoría de Estados Unidos, ven interesante este mercado emergente que cuenta con muy pocos jugadores a nivel mundial. En España son 5 las empresas que están tratando de una u otra manera este campo. Venimos de la Era de la Información y estamos en el Siglo de la Comunicación. Todo comunica, a una velocidad vertiginosa, con una cobertura global, sin barreras de tiempo, de idioma, de ubicuidad y sin posibilidad de 'borrar' de una memoria imbatible aquello que hagamos o que digamos: Google. Nuestro cerebro es materialmente incapaz de procesar y almacenar la cantidad de información que nos rodea diariamente. Un individuo recibe un promedio 34 gigas de información diarias, de las cuales, el 50% son interactivas. Materialmente imposible de procesar. En cierta forma, nuestro cerebro actúa como el sistema digestivo, solo cuando ha digerido cierta cantidad de información es capaz de abarcar más. Es por ello que, ahora más que nunca, cuando conocer los procesos de captación de atención del individuo se hacen más relevantes. Sin atención, no hay memoria, pero ¿cómo podemos captar esa atención? Uno de los principales hallazgos de las neurociencias consiste en haber detectado, por un lado, la poderosa capacidad de percepción subconsciente del cerebro humano y, por otra, la dificultad o imposibilidad por parte de los individuos de expresar las razones emocionales que generan sus hábitos de consumo, y sus reacciones a los distintos estímulos comunicacionales y de marketing. Nuestras decisiones se basan en sensaciones subjetivas, y estas sensaciones están vinculadas a estímulos sensoriales que se activan en distintos momentos y con distintos grados de impacto, atención y recuerdo en nuestra mente. En resumen, aportarán información empírica al estudio de la relación con las marcas y los comportamientos de un nuevo consumidor. Tanto la idea como la forma de conectar con el consumidor son dos variables explicativas del grado de éxito de una estrategia de comunicación. Por ello, cuanta más información relevante tengamos sobre cómo funcionan los procesos de toma de decisión de la mente del consumidor y cuáles son sus reacciones ante determinados estímulos comunicacionales, mejor podremos diseñar e implementar las estrategias de marketing de las marcas.

ESTRATEGIAS PARA COMPETIR EN MERCADOS INTERNACIONALES

En el actual escenario empresarial global, cualquier compañía se enfrenta al apasionante reto y oportunidad de la internacionalización. A tal fin, se crean Organismos de Promoción Exterior, cuya tarea es ayudar a las empresas, ofreciendo programas de información, formación, promoción y apoyo para su internacionalización. Innovar con éxito y vender en los mercados exteriores es de enorme importancia para asegurar el desarrollo de las empresas en el futuro inmediato y a largo plazo. Por tanto, esta tendencia económica mundial demanda profesionales formados en los negocios internacionales y el comercio exterior.

Desde una perspectiva multidisciplinar, en esta sesión se proporcionará a los participantes la habilidad para entender, evaluar e interpretar el funcionamiento de las empresas internacionales, así como las estrategias clave, los conocimientos y las destrezas necesarias para liderar la empresa en su proceso de internacionalización. Con esta formación específica y práctica, se proporcionarán a los alumnos las claves fundamentales para introducirlos en las nuevas oportunidades del comercio global: generación de nuevos modelos de negocio, liderazgo de la gestión empresarial, aplicación del marketing en el contexto global, aplicación de las técnicas de negociación y presentación de proyectos, así como el dominio de los recursos para la captación de inversión y estrategias para mejorar la competitividad de las empresas en los entornos internacionales.

EMPRENDIMIENTO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

La gestión empresarial en el mundo actual está evolucionando muy rápidamente de la mano de fenómenos como la globalización/internacionalización, la revolución tecnológica y algunos sectores de actividades emergente. El sistema requiere de emprendedores con nuevas estrategias que deben ser más creativas en su manera de comunicar, de vender, de gestionar, de cooperar, estableciendo mecanismos de innovación de procesos. Al mismo tiempo, los directivos deben mejorar sus capacidades innovadoras, de relación, cooperación, intercomunicación y utilización de las nuevas herramientas para mejorar el posicionamiento de sus empresas en el mercado. La gran demanda que existe en el mercado actual de emprendedores expertos en comercio exterior y negocios internacionales exige que los programas formativos se adapten a esas necesidades reales y que proporcionen a los estudiantes los conocimientos necesarios para liderar con éxito y eficacia la creación de empresas y su internacionalización. Su finalidad es impulsar la creación y el fortalecimiento de microempresas, mediante el apoyo experto a personas emprendedoras en el desarrollo de Planes de Negocio con potencial de crecimiento y en la creación de nuevos modelos de negocios. Los participantes obtendrán los conocimientos clave para generar nuevos modelos de negocio, liderar la gestión empresarial, aplicar el marketing en contexto global, aplicar con éxito las técnicas de negociación y presentación de proyectos, así como dominar los recursos para la captación de inversión.

ELEJMPLOS DE PONENTES



Manuel Castells

Catedrático de Sociología y Premio Holberg 2012
Titular de la Cátedra Wallis Annenberg de Tecnología de Comunicación y Sociedad en la University of Southern California, Los Ángeles
Director del Internet Interdisciplinary Institute de la Universitat Oberta de Catalunya, Barcelona
Catedrático Emérito de la University of California, Berkeley
Profesor de Investigación del Consejo Superior de Investigaciones Científicas



Manuel Campo Vidal

Doctor en Sociología, licenciado en Periodismo e Ingeniero Técnico Industrial
Presidente de Next International Business School y Presidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España



José Lominchar

Director General de Next International Business School
Doctor en Derecho y posgrado en MBA

Docente y conferenciante internacional, experto en áreas económicas estratégicas



Belarmino García

Ex Consejero Delegado de Siemens Nixdorf, Amena/Orange y de Vocento

Recientemente ha sido Presidente de Zeerca, star-up del sector de las aplicaciones móviles.

Ex Director Workstations, Sistemas en HP



Ladislao Azcona

Periodista y Empresario

Presidente Ejecutivo de Tecnom
Presidente de la Fundación Azcona



Pedro Morera

Director de Negocio Internacional del Banco Santander

Exdirector de Negocio Internacional del Banco Sabadell

Experto en *banking*, exportación e inversión



Alejandro Molins

Director de Ara-Servicios de Comercio Exterior
Profesor en Centro de Estudios Económicos y Comerciales (CECO)

Consultor Homologado ICEX experto en Logística internacional y Transporte



Daniel Rodríguez

Director Adjunto del Instituto de Comunicación Empresarial
Director de la Agencia 6W Comunicación

Especialista en Telegenia y Comunicación no Verbal



Juan Antonio Gómez Bule

Presidente del Consejo Asesor S21sec
Consejero del Instituto Choiseul y miembro del Instituto de Ciencias Forenses y de la Seguridad



Maravillas Rojo

Secretaría General del CIDEU (Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano)

Experta en el diseño y gestión de políticas activas de empleo y de promoción de iniciativas emprendedoras e innovación

Exdirectora del INEM (Instituto Nacional de Empleo)



Alberto Calero

Director de la Cátedra New Network Science Next IBS
Directivo en Orange, Prisa, Kodak, Hewlett-Packard
Ingeniero Superior de Telecomunicación



Mónica Deza

CEO de Bendit Thinking, Senior Advisor en Natura Bissé INT, Strategic Marketing
Advisor en AMC Innova



Miljana Micovic

Doctora en Lengua Española y Comunicación Política (UB)

Lingüista y profesora de idiomas

Experta en debates electorales

El precio del programa incluye:

- Hotel/residencia en régimen de alojamiento y desayuno, habitación doble o triple.
- Almuerzo del mediodía, salvo día de llegada y partida.
- Traslados de llegada y salida (aeropuerto).
- Visitas académicas, empresariales y culturales.
- Programa académico y material en su caso.
- Coordinación académica e institucional.

En el caso de ser necesario tramitar **visado** para viajar a España, proporcionamos apoyo en gestión y emisión del certificado de asistencia al programa educativo.

El precio no incluye:

- Comida en la noche que se deja libre y así los alumnos disponen de un mayor tiempo para disfrutar de la ciudad.

VALOR TOTAL DE LA SEMANA INTERNACIONAL ES DE **3.900 DÓLARES POR ALUMNO CON VUELO INCLUIDO**, en función de las fechas elegidas y el tipo de alojamiento.

- Grupo mínimo presencial: 20 alumnos por grupo (máximo 30 alumnos).
- Forma de pago:

25% reserva mediante transferencia bancaria	\$975	Fecha limite 4 diciembre 2015
25% 2º pago mediante transferencia bancaria	\$975	Fecha limite 29 de enero 2016
50% último pago mediante transferencia bancaria	\$1950	Fecha limite 26 de febrero 2016