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

UNIVERSIDAD DE LIMA- ESCUELA DE POSTGRADO

NEXT INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL

INTERNACIONALIZACIÓN, COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING DEPORTIVO

Anticipando un nuevo modelo económico y empresarial

Madrid, 2017

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 conferenciarte 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 la Universidad de Lima y 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.

Las actividades académicas y profesionales de la semana internacional consisten en cinco tipos de actividades:

- ✓ Diálogos, entrevistas, esas de trabajo con grandes líderes empresariales: **(DEG Líderes Empresariales)**
- ✓ Visitas empresariales a las empresas líderes de diferentes sectores.
- ✓ Visitas culturales a los sitios emblemáticos de Madrid y España, para enriquecer el perfil personal y profesional de los alumnos.
- ✓ Rueda de contactos internacionales en formato de *coffee break* o comida con la presentación de perfiles internacionales para la creación de redes de Networking. Dos o tres nacionalidades por sesión.

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**: del 10 al 20 de marzo 2017. (Retorno a Lima el día 20 de marzo)
- **Duración** del programa: 9 días
- **Titulación**: Diploma acreditativo Next International Business School

Semana Internacional

INTERNACIONALIZACIÓN, COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y MARKETING DEPORTIVO

Jornada 0: VIERNES 10	**Salida** de los participantes al Aeropuerto
JORNADA 1: SÁBADO 11	**Recepción** de los participantes en el Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, traslado y acomodación en el Hotel/Residencia. Resto del día libre
JORNADA 2: DOMINGO 12	**Inauguración** de la Semana Internacional a las 12:00 P.M. *(Se fija hora tentativa para afectar lo menos posible el cambio de horario y para que luego dispongan del resto del día libre*): 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. Los participantes dispondrán del sábado y el domingo para conocer la ciudad y prepararse para las jornadas intensivas de la Semana Internacional.
JORNADA 3: LUNES 13	08:00-09:00 Desayuno en el hotel/residencia 09:00-09:15 Traslado a las aulas 09:30 Presentación jornada 09:50-12:00 **Comunicación Integral Avanzada**: **Liderazgo y Habilidades de Comunicación** 12:00-12:15 *Coffee Break* 12:15-14:00 **Neuromarketing y Neurociencia en los negocios** 14:30-16:00 *Almuerzo* 16:15-19:00 **Visita empresarial – Quantis/Banco Santander/Centro de innovación del BBVA** *Tiempo libre*
JORNADA 4: MARTES 14	08:00-09:00 Desayuno en el hotel /residencia 09:00-09:15 Traslado a las aulas 09:30 Presentación jornada 09:50-12:00 **Inteligencia Económica: liderazgo efectivo** 12:00-12:15 *Coffee Break* 12:15-14:00 **Creatividad Empresarial: Innovación y anticipación** 15:30-16:30 *Almuerzo* 16:30-19:00 **Museo del Prado/Museo Thyssen/Museo Reina Sofía** *Tiempo libre*
JORNADA 5: MIÉRCOLES 15	08:00-09:00 Desayuno en el hotel /residencia 09:00-09:15 Traslado a las aulas 09:30 Presentación jornada 09:50-12:00 **Armas secretas de la empresa: Big Data, Business Intelligence y Ciberseguridad**

	12:00-12:15 *Coffee Break* 12:15-14:00 **La Pasión por Innovar** 14:30-16:00 *Almuerzo* 16:15-19:00 **Visita al Tour del Bernabéu y Museo Real Madrid Encuentro Equipo Directivo.** *Tiempo libre*
JORNADA 6: JUEVES 16	08:00-09:00 Desayuno en el hotel /residencia 09:00-09:15 Traslado a las aulas 09:30 Presentación jornada 09:50-14:00 **Visita empresarial: Grupo Cuñado** 14:00-16:00 *Almuerzo* 16:00-18:00 **Nuevas oportunidades de emprendimiento empresarial: LATAM, Asia y Europa** 18:00-20:00 **Aceleración Empresarial y Nuevas Tecnologías** *Tiempo libre*
JORNADA 7: VIERNES 17	08:00-09:00 Desayuno en el hotel / residencia 09:00-09:15 Traslado a las aulas 09:30 Presentación jornada 09:50-12:00 **Coaching empresarial y deportivo** 12:00-12:15 *Coffee Break* 12:15-14:00 **Nuevos modelos de gestión y dirección de entidades deportivas** 14:30-16:00 Almuerzo 16:15-18:00 **El deporte: herramienta de marketing** *Tiempo libre*
JORNADA 8: SÁBADO 18	08:00-09:00 Desayuno en el hotel /residencia *Día libre: Visita a Toledo*
JORNADA 9: DOMINGO 19	*Día Libre*
JORNADA 10: LUNES 20	*Día de partida y Traslado al aeropuerto.*

*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 madrileña.

** La Clausura:

- Palabras del presidente o DIG de Next International Business School

- Entrega de diplomas a los participantes

- Despedida y cóctel

*Sin coste adicional e incluido almuerzo.

BREVE RESUMEN DE LAS PONENCIAS

COMUNICACIÓN INTEGRAL AVANZADA: LIDERAZGO Y HABILIDADES DE COMUNICACIÓN (DOCTOR MANUEL CAMPO VIDAL)

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.

INTELIGENCIA ECONÓMICA: LIDERAZGO EFECTIVO (DOCTOR JOSÉ LOMINCHAR)

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.

En la actualidad existen dos conceptos clave que generan liderazgo en organizaciones del sector público y privado: los conceptos de Inteligencia Económica (sector público) e Inteligencia Empresarial (sector privado) aunque actualmente se utiliza como único concepto el de Inteligencia Económica. Las unidades de Inteligencia Económica de cualquier organización tienen como objetivo fundamental generar liderazgos efectivos en su sector, en su mercado, en su área de influencia, etc… Estudiaremos el concepto de Inteligencia Económica como herramienta para generar un liderazgo efectivo en cualquier organización.

Alguno de los profesionales con mayor reconocimiento son los que forman parte de las unidades de Inteligencia Económica. Habitualmente asignado directamente a los Consejos de Administración o a las Direcciones Generales de las organizaciones.

NEUROCIENCIA Y NEUROMARKETING EN LOS NEGOCIOS (MÓNICA DEZA)

El **neuromarketing** es el resultado de las investigaciones de la neurociencia aplicadas al marketing. Con la intención clara de obtener éxito la comunicación de ambos no da un mayor número de persuadidos, sino un mayor grado de satisfacción al cliente, Aunque muchos confunden **neurociencia y neuromarketing** son dos áreas muy diferentes dentro del mismo principio: conocer la mente del hombre desde su cerebro hasta sus ideas.

La **neurociencia** es el conjunto de disciplinas científicas que estudian la estructura, la función, el desarrollo de la bioquímica, la farmacología, y la patología del sistema nervioso y de cómo sus diferentes elementos interactúan, dando lugar a las bases biológicas de la conducta.

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.

El **neuromarketing** es la aplicación de las técnicas de la neurociencia al marketing. Su objetivo es conocer y comprender los niveles de atención que muestran las personas a diferentes estímulos. De esta manera se trata de explicar el comportamiento de las personas desde la base de su actividad neurona.

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.

NUEVAS HERRAMIENTAS DE LA GESTIÓN Y PROTECCIÓN EMPRESARIAL: CIBERSEGURIDAD (JUAN ANTONIO GÓMEZ BULE)

La ciberseguridad, entendida principalmente como la necesidad de proteger los activos y sistemas de información en el mundo digital, es uno de los aspectos más relevantes que debería de ser considerado durante todas las fases de cualquier proceso de negocio o actividad empresarial. En la actualidad, las empresas gestionan información por medios casi exclusivamente electrónicos y es por ello que la necesidad de protección de toda esta información (en muchos casos el activo más valioso de una empresa) debería de ser considerada como uno de las procesos principales a tener en cuenta dentro de la Gestión empresarial.

Por tanto, debemos conocer las amenazas, los riesgos y las vulnerabilidades a las que podemos estar expuestos para planificar y ejecutar las acciones necesarias para reducir en lo posible la materialización de estas amenazas o, cuando menos, su impacto sobre nuestros activos y sistemas en caso de que se produzca un ciberataque. Si bien una gran parte de las medidas para conseguirlo serán de carácter técnico (supervisadas y ejecutadas por personal especializado), uno de los principales factores de éxito es la formación y concienciación en ciberseguridad de todo el personal, ya que, generalmente, es el factor humano la vulnerabilidad más frecuente como causa de la mayoría de los incidentes de seguridad.

Por ello, esta jornada tiene una doble orientación: por un lado, describir los términos y procesos generales de la gestión de la seguridad de la información y los sistemas, y, por el otro, marcar las pautas de seguridad y guía general de buenas prácticas para todo el personal de cualquier empresa como primera medida preventiva frente a los incidentes de seguridad más habituales.

Además de la ciberseguridad, existen otras dos herramientas clave del éxito empresarial: **Big Data y Business Intelligence**. En el origen de la transformación y la complejidad del mundo actual se encuentran las nuevas tecnologías y comunicaciones que han facilitado el incremento de conexiones y del número de agentes interconectados (personas, ordenadores, sensores…). Dichos avances e innovaciones tecnológicas han provocado un crecimiento en la complejidad de las interacciones difícilmente tratables con las técnicas tradicionales de procesamiento de datos.

Los dispositivos móviles con acceso a internet, han provocado la aparición de nuevas tecnologías de tratamiento de grandes cantidades de datos – Big Data -. La obtención de información procedente de esta enorme cantidad de datos en cualquier organización es clave para anticiparse a los riesgos, aprovechar oportunidades y desarrollar una estrategia que lleve al éxito de una empresa u organización. Además de disponer de tecnologías, la clave es conocer la mejor manera de usarlas, esto es, desarrollar la Inteligencia de Negocio – Business Intelligence para obtener una extraordinaria ventaja competitiva para las empresas que empiezan a incorporarlas.

NUEVAS OPORTUNIDADES DE EMPRENDIMIENTO EMPRESARIAL: LATAM, ASIA Y EUROPA (JOSE RAMÓN FERRANDIZ)

¿POR QUÉ LATAM?: Los datos macroeconómicos de los últimos años confirman que América ha experimentado un periodo de crecimiento sostenido desde los inicios del Siglo XXI. La mayoría de los gobiernos ha apostado decididamente por la estabilidad macroeconómica de sus respectivos países lo que, unido a una inflación relativamente controlada y una situación presupuestaria equilibrada y cómoda, se ha traducido en un avance notable: América presenta altas dosis de resistencia frente al entorno de crisis global. La región ha salido fortalecida de las distintas pruebas económicas y políticas a las que ha sido sometida y tiene bases sólidas y mejores perspectivas de crecimiento y prosperidad. En la actual coyuntura económica internacional, gana músculo mientras que los países más desarrollados atraviesan dificultades, hecho que a los mercados, en su eterna búsqueda de rentabilidad, no les es ajeno. Pero, aunque su resistencia y firmeza es mayor, también nota el entorno de crisis económica global.

Por todo ello, resulta crucial conocer la situación de los diferentes mercados y las herramientas de las que se puede conocer para mitigar todos los posibles riesgos y optimizar cualquier proceso de internacionalización.

¿POR QUÉ EUROPA?: La economía europea entra ya en su cuarto año de recuperación, y el ritmo de crecimiento, principalmente impulsado por el consumo, sigue siendo moderado. Al mismo tiempo, gran parte de la economía mundial afronta grandes desafíos, lo que aumenta los riesgos para el crecimiento europeo.

Europa es un concepto histórico que recoge la existencia de muchos más países de los que pertenecen a la Unión Europea. Europa es el 2º bloque económico del mundo, por detrás de los EEUU y por delante de China. Con 500 millones habitantes, retrocede puestos, tras China (1350 M) y la India (1250 M), muy por delante de los EEUU.

¿POR QUÉ ASIA?: Los países asiáticos se han convertido en un gran entorno para el emprendimiento y se presentan como un nuevo frente de innovación mundial. Desde China hasta Japón o las Filipinas, en el continente asiático han proliferado nuevos modelos de negocio innovadores con los que muchas veces no entramos en contacto y que pueden resultar de gran inspiración para el ecosistema de emprendimiento global.

ACELERACIÓN EMPRESARIAL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS (JOSEFINA ASENSIO)

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 aceleración empresarial consiste en incrementar la velocidad de ejecución de una empresa en relación a sus funciones claves como son la administración, ventas, producción, finanzas etc., dentro de un periodo de tiempo. Esta aceleración puede tener varios enfoques ya sea financiero, procesos comerciales, capital humano, etc. Todo lo anterior conecta con las nuevas tecnologías y por ello podemos hablar de la cuarta revolución industrial (también llamada Industria 4.0).

El concepto **Industria 4.0** corresponde a una nueva manera de organizar los medios de producción. El objetivo que pretende alcanzarse es la puesta en marcha de un gran número de *Smart factories* capaces de una mayor adaptabilidad a las necesidades y a los procesos de producción, así como a una asignación más eficaz de los recursos, abriendo así la vía a una nueva revolución industrial, llamada la **Cuarta revolución industrial**.

Las bases tecnológicas en que se apoya esta orientación, entre otras son las siguientes: (1) Internet de las cosas ; (2) Sistemas ciberfísicos (3)Cultura *maker* (Cultura "Hágalo usted mismo") ; (4) Fábrica 4.0. La **Industria 4.0** no se reduce exclusivamente a los cuatro puntos

recién citados, pues es mucho más que eso. La **Industria 4.0** enfatiza y acentúa la idea de una creciente y adecuada digitalización y coordinación cooperativa en todas las unidades productivas de la economía.

COMPORTAMIENTO SOCIAL EN LOS NEGOCIOS Y PROTOCOLO INTERNACIONAL (DOCTORA ELENA BORAU)

El dominio de los ritos sociales en los negocios es la base fundamental para consolidar la reputación, la credibilidad y la confianza tanto de inversores como de clientes. En esta formación se abordan cuestiones como el correcto cumplimiento de las normas sociales en el mundo de los negocios, la ética profesional, el respeto por las personas, tanto fuera como dentro de la empresa, y el "saber estar" profesional. Además, los asistentes practican técnicas y comportamientos muy comunes en el entorno laboral, como es la comunicación interpersonal, el comportamiento en una reunión, durante una visita a oficina, una entrevista o una conversación telefónica. Igualmente, se mostrarán las pautas ideales de comportamiento social en ocasiones relevantes como puede ser un evento empresarial o una firma de un acuerdo.

En el contexto de las relaciones y los negocios internacionales, la diversidad cultural se convierte en muchas ocasiones en una barrera o en un saco de errores originados por el simple desconocimiento del entorno sociocultural del interlocutor. A través de esta ponencia formativa, se analiza y practica el comportamiento adecuado para llevar a cabo negociaciones en otros países, teniendo en cuenta cuestiones relevantes como la comunicación, la gesticulación, la apariencia, la forma de dirigirse a las personas y las distancias personales, entre otras.

LA PASIÓN POR INNOVAR (BELARMINO GARCÍA)

La cultura de innovación es lo que caracteriza a la empresa de hoy y del futuro. Para que una empresa crezca y se convierta en referente en su sector, la condición más importante es la innovación permanente. En esta sesión, el participante aprenderá cómo conseguir las metas propuestas y llegar al éxito a través de la innovación y siempre con una labor destacable del equipo humano. Los participantes entenderán por qué la pasión es la clave y por qué gran parte del éxito depende también de las personas.

Conocerán la importancia de introducir propuestas novedosas en el mercado, así como las estrategias de innovación. Conocerán los casos prácticos de puesta en marcha de un proyecto innovador. Asimismo, aprenderán cuáles son las prácticas empresariales para gestionar personas, conseguir entre los empleados una sintonía con los valores de la empresa, que los incentiven y motiven para trabajar con pasión.

COACHING EMPRESARIAL Y DEPORTIVO (CANDELA PALAZÓN Y JOSÉ LOMINCHAR)

El objetivo de cada empresa u organización deportiva es lograr a la vez la eficacia en los resultados y la motivación y satisfacción personal de los trabajadores o miembros de un equipo. El coaching es un conjunto de esfuerzos y técnicas enfocadas al equipo humano de una empresa u organización cuyo principal objetivo es precisamente ese: que las personas den lo mejor de sí mismas, que estén motivadas para aumentar su autoliderazgo y, en consecuencia, aumentar la competitividad.

Por un lado, los participantes aprenderán cuáles son los instrumentos del coaching empresarial y como un coach cumple su misión de acompañamiento de las personas en este proceso. Verán cuál es la importancia de crear y desarrollar un equipo y mejorar su efectividad, evolucionando hacia equipos de alto rendimiento. Por otro lado, aprenderán sobre el coaching deprotivo, gracias al cual infinidad de deportistas, entrenadores y equipos deportivos han conseguido mejorar sus actuaciones y resultados. Se tratará en esta sesión sobre cómo establecer metas y alcanzar la excelencia deprotiva, viendo ejempos de herramientas prácticas probadas con entrenadores y deportistas de élite para conseguir los objetivos.

NUEVOS MODELOS DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE ENTIDADES DEPORTIVAS (VICENTE JAVALOYES)

El deporte es uno de los fenómenos más importantes de nuestros días, es el sector que ha protagonizado la mayor expansión social e impacto económico en el mundo desarrollado. Las Entidades deportivas viven un nuevo escenario dentro de la economía del siglo XXI, en la que las nuevas tecnologías y la globalización ocupan un lugar predominante. El sector del ocio, cada vez más influyente en la cultura de vida sana, demanda una gestión competente y actualizada. Por ello, la adecuada gestión de las federaciones, instituciones, clubes e instalaciones deportivas se ha convertido en un factor clave para el progreso de un campo profesional amplio y dinámico.

En esta sesión, se analiza la situación de las federaciones deportivas, clubes y deportistas individuales, así como áreas de negocio fundamentales para el desarrollo y sostenibilidad económica y social de las entidades deportivas. Se presentan también nuevas tendencias en gestión de entidades deportivas y se aportan varios casos de éxito.

EL DEPORTE: HERRAMIENTA DE MARKETING (DIRECTIVO REAL MADRID O DEL ATLETICO DE MADRID)

En mercados cada vez más competitivos, el marketing deportivo y el patrocinio se han convertido en áreas de alto impacto para el éxito empresarial. El deporte se ha convertido en los últimos cuarenta años en un potente producto de comunicación mundial, una herramienta diferencial de marketing y se prevé que esta tendencia continúe en aumento. Se ha demostrado que la utilización del deporte en una campaña de marekting permite conseguir una buena difusión y llegar un número importante de personas.

En esta sesión, los participantes observarán cómo el deporte está sufriendo una clara transformación. El marketing deportivo se convierte en un estímulo más rentable para las empresas y la utilización del deporte en una campaña consigue obtener la atención y aceptación de la sociedad. Sobre todo, se observerá cómo el marketing de las empresas se beneficia del poder de las redes sociales para identificar al posible consumidor de su marca y llegar a él de una forma rápida a través del deportista. Se verán también casos de éxito de campañas deportivas que han tenido gran impacto, pero también, en el sentido de la bidirreccionalidad de deporte y marketing, muchas herramientas del propio marketing utilizadas por las entidades deportivas que han servido como ejemplo a implantar en distintas organizaciones.

Actividades Semana Internacional

EJEMPLOS DE 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 períodos de apogeo industrial y económico con otros de crisis y depresión, pero siempre actuando de fiel barómetro del desarrollo económico de España.

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.

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.

PLATAFORMA LOGÍSTICA DEL CORTE INGLÉS

El Corte Inglés es un grupo de distribución de España compuesto por empresas de distintos formatos, siendo el principal el de grandes almacenes.

El almacén un complejo de cerca de 500.000 metros cuadrados que, tanto por su tamaño como por la importancia que supone ser el pulmón de las mercancías de El Corte Inglés, está considerado uno de los más importantes de Europa. Dicho de una forma más gráfica, imaginen 100 campos de fútbol, uno detrás de otro, y tendrán una idea de su tamaño, fruto de las continuas ampliaciones que ha ido sufriendo desde su inauguración en 1975. Tal es la superficie, que muchos de los 3.000 empleados del complejo se ven obligados a moverse en bicicleta por el mismo.

CIUDAD DEPORTIVA ATLETICO DE MADRID

El complejo deportivo está formado por 5 terrenos, 2 de césped artificial (donde juegan habitualmente el Atlético C, los juveniles, los cadetes, los infantiles, los alevines y el Atlético Féminas) en estas instalaciones entrenan los principales equipos del club. Cuenta con un aforo de 3.500 espectadores y acoge los partidos del Atlético.

CIUDAD DEPORTIVA REAL MADRID

El mayor complejo deportivo jamás realizado por un club de fútbol. Este colosal edificio en forma de letra T de 9.000 m2 de espacio, alberga vestuarios, gimnasios, aulas, salas de conferencias, despachos, zona de hidroterapia y centro médico, salas de prensa, etc. A ambos lados se sitúan 10 campos de fútbol de hierba natural y artificial rodeados por graderíos con capacidad para más de 11.000 espectadores

CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES

Es un Organismo Autónomo de la Administración General del Estado español, encuadrado en la Presidencia del Gobierno. Autorizar y revocar de forma motivada la constitución y aprobar los estatutos y reglamentos de las Federaciones deportivas españolas son una de sus funciones principales.

COMITÉ OLÍMPICO ESPAÑOL

El Comité Olímpico Español (COE) es una asociación privada de utilidad pública que promueve y difunde el Movimiento Olímpico y sus ideales y gestiona la participación española en los Juegos Olímpicos.

BBVA INNOVATION CENTER

Centro de innovación presenta streamings y vídeos abiertos a todos sobre Big Data, bitcoins, Fintech, marketing digital, además es patrocinador de deporte y marketing deportivo como generador de marca.

EL GETAFE CLUB DE FUTBOL

Uno de los equipos revelación en llegar a 1ª división y expertos en marketing deportivo.

EJEMPLOS DE VISITAS CULTURALES

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.

ESTADIO SANTIAGO BERNABEU

El Estadio Santiago Bernabéu es un recinto deportivo propiedad del Real Madrid Club de Fútbol, situado en pleno Paseo de la Castellana, en el distrito de Chamartín de Madrid, España. Se inauguró el 14 de diciembre de 1947 y su aforo actualmente es de 81 044 espectadores. En 2007 el estadio fue catalogado por la UEFA con la máxima distinción, ¨estadio élite¨.

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.

RUTA GASTRONÓMICA

REAL CAFÉ BERNABEU

Real Café Bernabéu ofrece cocina tradicional versionada, y las mejores vistas del campo de fútbol. Su aforo actualmente es de 81 044 espectadores, lo que lo convierte en el primer modelo de explotación e ingreso mundial de un equipo de futbol.

RESTAURANTE LA BOLA

La Bola, restaurante conocido por el cocido madrileño tradicional. Esta taberna del siglo XIX sirve platos elaborados en pucheros individuales en horno de leña.

RESTAURANTE EL TENDIDO

El Tendido es un restaurante de ambiente taurino de cocina casera Madrileña. Es considerado uno de los restaurantes con mas tradición de Madrid. Es famoso por sus lista de espera para comer en un restaurante lleno de tradición.

CASA MONO

Casa Mono es un restaurante de tapas y cocina ecléctica con más de 40 platos caseros en amplio local vanguardista de aire neoyorquino con terraza y coctelería. Un espacio dividido en **cinco ambientes** cuidados hasta el mínimo detalle: desde una típica barra castiza, a una terraza con aires neoyorkinos o una clásica coctelería de aire british. Una atractiva mezcla de estilos que aporta dinamismo, variedad y carácter a cada uno de sus ambientes.

RESTAURANTE LA CAÑA

Restaurante La Caña. Ubicado en un local de dos plantas, de estilo industrial en el mismo barrio madrileño de Chamberí, La Caña encuentra su inspiración en una taberna contemporánea. Cocina de mercado con sabores de ayer, de hoy y de toda la vida en un contexto intimista donde la estética de loft neoyorkino con paredes de ladrillo y lámparas funcionales convive con elementos decorativos retro de los 70.

PLATEA

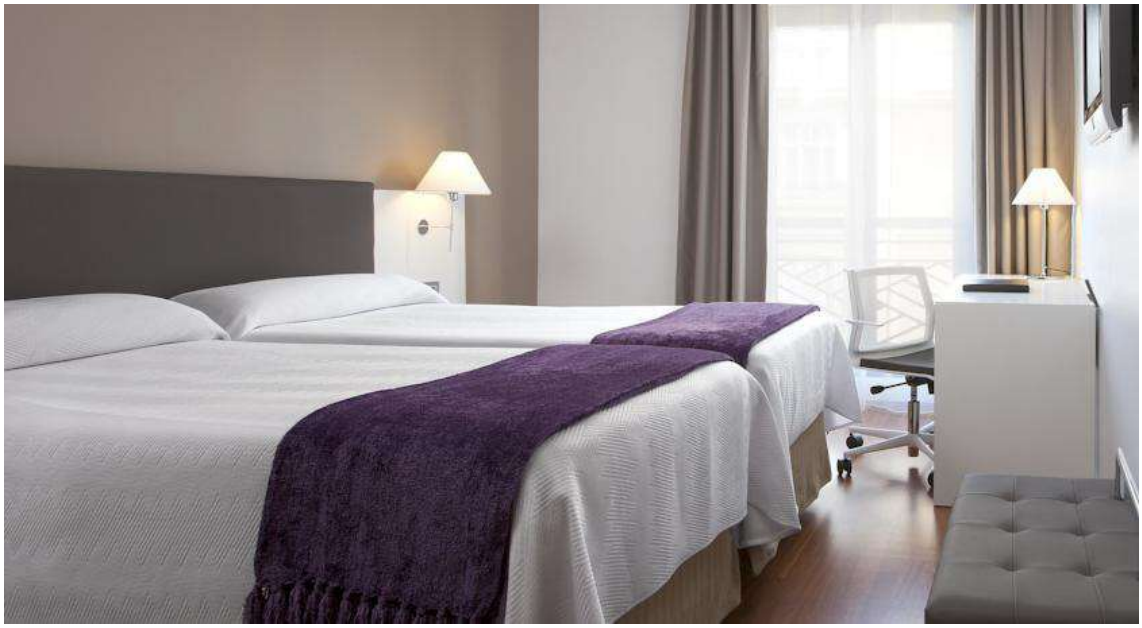
Platea es un espacio único de ocio gastronómico. Un lugar mágico donde siempre está ocurriendo algo. Un refugio donde relajarse y disfrutar, un punto de encuentro en el que cada detalle tiene sentido. 6000 m2 que son el principal exponente de ocio gastronómico de Madrid y una de las principales referencias a nivel nacional e internacional. Los mejores chefs del panorama culinario. Una oferta de entretenimiento que apuesta por la variedad.

EJEMPLOS DE HOTELES

El hotel de la estancia tendría un mínimo de 3 estrellas en zonas emblemáticas de Madrid o Barcelona en régimen de alojamiento y desayuno, habitación doble o triple.

El T3 Tirol

Cadena NH Hotel



PONENTES

Manuel Campo Vidal
Doctor en Sociología, licenciado en Periodismo e Ingeniero Técnico Industrial

Presidente de Next International Business School

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

Vicente Javaloyes

Doctor en Derecho Deportivo por la Universidad de Lleida

Máster en Derecho del Deporte Universidad de Lleida

MBA Sports Management UNISPORT

Experto en Gestión del Deporte, Instituto Universitario Olímpico Ciencias del Deporte Universidad Complutense de Madrid

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

Juan Antonio Gómez Bule

Presidente del Consejo Asesor S21sec

Consejero del Instituto Choiseul

Miembro del Instituto de Ciencias Forenses y de la Seguridad

Experto con máxima clasificación mundial en seguridad nacional

Mónica Deza

CEO y fundadora de Bendit Thinking

Senior Advisor en Natura Bissé INT

Strategic Marketing Advisor en AMC Innova

Presidenta de la Asociación Iberoamericana de Neurociencia Aplicada a la Comunicación y la Economía (AINACE)

Presidenta de Chairman en España de la Neuromarketing Science & Business Association (NMBSA)

Candela Palazón

Licenciada en Ciencias de la Información

Articulista y responsable de la contraportada de fin de semana del periódico económico El Economista

Periodista y experta en imagen profesional y empresarial

Profesora de comunicación no verbal y Coach profesional para altos directivos, CEO y empresarios.

José Ramón Ferrandis

Jefe del Área de África en la Secretaria de Estado de Comercio del Ministerio de Economía y Competitividad

Profesor del Máster en Negocios Internacionales

Experto internacional de nuevas aéreas de inversión.

Profesor y conferenciante Internacional considerado como uno de los mejores expertos europeos en la materia

Elena Borau

Doctora Cum Laude por la Universidad Complutense de Madrid

Máster en Protocolo y Relaciones Internacionales

Profesora del Máster ¨Dirección en Comunicación Corporativa y Marketing Digital¨

Profesora en el Grado de Protocolo y Organización de Eventos

Universidad Camilo José Cela

Alicia Chavero
Directora en H2I Institute

Profesora del Máster Internacional en Creación y Aceleración Empresarial.

Consultora en el área de Gestión de Diseños en DESMA

Experta internacional en programas de creatividad empresarial y aceleración de proyectos

Alta dirección en Gerencia de ventas en Grupo Banesto

Alta dirección en Gerencia Financiera en Catalana Occidente

PRESUPUESTO

El precio del programa incluye:

- Hotel / residencia 3 o 4 estrellas en zonas emblemáticas de Madrid, 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) para grupos.
- Visitas académicas, empresariales y culturales.
- Programa académico y material de apoyo.
- Coordinación académica e institucional.
- Vuelo (En función de la disponibilidad de vuelos y horarios en clase turista).

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.

OPCIÓN 1: VALOR TOTAL DE LA SEMANA INTERNACIONAL ES DE **3.850 EUROS (4.308 DÓLARES AMERICANOS)** POR ALUMNO.

OPCIÓN 2: VALOR TOTAL DE LAS DOS SEMANAS INTERNACIONALES ES **DE 6.400 EUROS (7.184 DÓLARES AMERICANOS)** POR ALUMNO, en función de las fechas elegidas y el tipo de alojamiento.

- Grupo mínimo presencial: 20 alumnos por grupo (máximo 30 alumnos).
- Forma de pago: 3 Abonos.

1	25%	reserva mediante transferencia bancaria NOV 21-25
2	25%	2º pago mediante transferencia bancaria ENE 2-6
3	50%	último pago mediante transferencia bancaria FEB 5-9

CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN

Next International Business School en cumplimiento de lo dispuesto en el Real Decreto 1906/99, de 17 de diciembre, por el que se regula la contratación electrónica con condiciones generales en desarrollo del artículo 5.3 de la Ley 7/1998, de 13 de abril, de condiciones generales de contratación, establece las siguientes condiciones generales de contratación:

I. Objeto

Las presentes Condiciones Generales de Contratación tienen por objeto la contratación de los servicios ofrecidos por Next International Business School.

II. Capacidad para contratar

De acuerdo con la legislación aplicable, para contratar los servicios ofrecidos por NEXT IBS. El cliente deberá tener la capacidad jurídica necesaria para contratar que establezca la ley del país del que es nacional.

III. Descripción del servicio

Next IBS a través de su página web www.nextibs.com ofrece cursos de formación online, presenciales, semi-presenciales principalmente enfocados en la formación de nuevas profesiones en áreas de negocio emergentes, en la nuevas tecnologías y en el acceso a la comunidad empresarial internacional, tanto a nivel nacional como internacional, centrándose en el mercado español y latinoamericano. Los cursos se imparten a través de la red y con semanas internacionales presenciales, de acuerdo con una metodología didáctica propia que consigue una formación continua y enfocada.

IV. Proceso de contratación

Para poder iniciar el proceso de contratación de cursos es necesario completar el formulario de inscripción y abonar la reserva del curso.

La matriculación que se realice será individual e intransferible para cada persona y cada curso.

V. Desarrollo de los cursos y programas

Next IBS **se reserva el derecho a retrasar y/o cancelar** el inicio de un curso o Programa, si el número de alumnos registrados en el mismo no garantiza la calidad mínima del curso. Esta decisión será comunicada a los afectados con un plazo mínimo de diez días de antelación, procediéndose a la devolución del importe abonado, si así lo requiere el interesado.

Next IBS **se reserva el derecho a denegar el acceso** a los cursos contratados a aquellos participantes que muestren un comportamiento que afecte al normal funcionamiento de la clase, el foro y realicen actividades que infrinjan su código de conducta, tales como:

- La difusión, sin la autorización oportuna, de los materiales facilitados en la realización de los cursos o programas.

- El empleo del nombre de usuario y clave de acceso personal e intransferible por más de una persona al mismo tiempo, causando claro fraude a la empresa.
- La realización de actividades que violen los derechos de propiedad intelectual de Next IBS.
- La falta de respeto a la persona y a las ideas.
- Falta de respeto a la autoridad del profesor.
- Utilización de la clase para un fin distinto al previsto.

VI. Protección de datos de carácter personal

De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, Next IBS informa al usuario que existe un **fichero de datos de carácter personal** creado por y bajo responsabilidad de Next IBS, que serán tratados para los fines propios de Next IBS, entre los que se encuentran la emisión de los certificados académicos que procedan, su envío a la dirección indicada, la remisión de información que se solicite de cualquier servicio ofrecido por Next IBS, envío de publicidad sobre los servicios ofertados o que se vayan a ofertar, etc.; en la medida que así lo haya autorizado el interesado; siendo responsabilidad del usuario la exactitud de los mismos.

De no manifestar lo contrario, el titular de los datos consiente expresamente el tratamiento autorizado total o parcial de dichos datos por el tiempo que sea necesario para cumplir con los fines anteriormente indicados.

Asimismo, Next IBS hace saber al titular de los datos que podrá ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición en la dirección de correo electrónico legal@nextibs.com, por correo postal dirigido a la calle Alsasua 16, 2ª planta, 28023, Madrid.

Next IBS se compromete al cumplimiento de su obligación de secreto de los datos de carácter personal y de su deber de guardarlos, y de adoptar las medidas de seguridad exigidas por la legislación aplicable para evitar su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, siempre de acuerdo al estado de la tecnología disponible.

VII. Propiedad Intelectual e Industrial

Next IBS es titular de todos los derechos de propiedad industrial e intelectual de la www.nextibs.com, y de los elementos contenidos en la misma.

Está estrictamente prohibido modificar, transmitir, distribuir, reutilizar, reenviar o usar la totalidad o parte del contenido de la página para propósitos públicos o comerciales sin la autorización de Next IBS.

La infracción de cualquiera de los citados derechos puede constituir una vulneración de las presentes disposiciones, así como un delito castigado de acuerdo con los arts. 270 y ss. del vigente Código Penal.

VIII. Formas de pago

Todos los programas y cursos de Next IBS podrán ser abonados a través de transferencia bancaria. La denegación de la operación de cobro por cualquier causa, dará derecho a Next IBS a rescindir la contratación del curso o programa adquirido, sin perjuicio de las responsabilidades civiles y penales correspondientes.

Formalizada la matrícula y hecho el correspondiente pago, el cliente recibirá electrónicamente una factura pro forma. Confirmada la recepción del pago, le será enviada por correo ordinario la factura definitiva.

IX. Derecho de resolución

En el caso que el alumno desee resolver su contrato, NEXT IBS solamente procederán a la devolución de la reserva del curso.

Next IBS podrán proceder a la resolución del contrato si no se efectúa por el usuario el correspondiente pago o se incurre en algunas de las actuaciones expuestas en el aparatado V.

X. Validez del contrato

Las presentes condiciones generales se incorporarán al contrato de matriculación del curso o programa, en el momento en que el cliente preste su conformidad, que se entenderá prestada cuando confirme que ha leído y acepta el formulario de contratación. Por tratarse de una contratación electrónica, la firma del presente contrato se verá sustituida por la aceptación de las presentes condiciones generales.

XI. Exoneración de responsabilidad

Next IBS no asumirá responsabilidad alguna por la no ejecución o el retraso en la ejecución de cualquiera de las obligaciones contraídas en virtud de las presentes condiciones generales, si tal falta de ejecución o retraso resultara o fuera consecuencia de un supuesto de fuerza mayor o caso fortuito admitido como tal por la Jurisprudencia.

XII. Incidencias y reclamaciones

En el caso de que el usuario desee comunicar alguna incidencia, comentario o efectuar alguna reclamación podrá hacerlo de tres formas:

- Por correo electrónico a info@nextibs.com
- Por correo ordinario a la calle Alsasua 16, 2ª planta, 28023 Madrid, España.

XIII. Modificaciones

Las presentes condiciones generales podrán ser objeto de modificaciones, que serán comunicadas en la web.

Tales modificaciones no afectarán a las contrataciones de cursos y programas ya efectuadas.

XIV. Legislación aplicable y Jurisdicción

A estas condiciones generales y a las relaciones jurídicas que se puedan derivar de su aplicación e interpretación, les será de aplicación la ley española.

Firma del Participante	Sello de la Institución