

COMERCIO INTERNACIONAL Y FINANZAS

Descubre tu vocación haciendo lo mismo que los universitarios

CONTENIDO

Primera clase	Introducción. globalización, un solo mercado.
Segunda clase	Las bases del comercio: ventaja absoluta y comparativa, otras teorías
Tercera clase	Los mercados financieros: el dinero nunca duerme
Cuarta clase	El tipo de cambio, la inversión extranjera y la balanza de pagos: todo se relaciona
Quinta clase	Situación actual: libre comercio vs. proteccionismo
Actividad	Por determinar

DESCRIPCIÓN

En el mundo actual, los bienes, servicios y el dinero se mueven de un país a otro en volúmenes nunca antes vistos. Comprender la forma en que los mercados internacionales, financieros y reales, se encuentran relacionados es crucial para hacer un buen análisis sobre las causas y consecuencias de cualquier acontecimiento económico. Discutiremos la teoría y los hechos, y desafiaremos las lógicas que dominan la discusión sobre libertad de comercio y movimiento de capitales. Pondremos en evidencia los argumentos falaciosos más comunes, de manera que los estudiantes puedan construir un marco mental idóneo para el análisis y la toma de decisiones en una economía globalizada.

APRENDE A INVERTIR

Descubre tu vocación haciendo lo mismo que los universitarios

CONTENIDO

Primera clase	¿En qué mercados se puede invertir?
Segunda clase	La acción. ¿Qué es? ¿Cómo se comporta?
Tercera clase	Fondos de inversión. Hedge funds y gestoras de fondos de inversión
Cuarta clase	¿Anticipa la bolsa el futuro?
Quita clase	Estrategias utilizadas por los brokers de Wall Steet
Actividad	Por determinar

DESCRIPCIÓN

El curso aborda qué se ha de hacer para ganar dinero en la bolsa. Se conocerá de manera sencilla cómo funciona el mercado financiero. ¿Qué es el IBEX-35? ¿Qué es una acción? ¿Cómo se comporta? ¿Qué es el dividendo? En las clases, se desvelará la respuesta a estas y otras preguntas para que el alumno adquiera un conocimiento básico de las finanzas.

INNOVACIÓN E EMPRENDIMIENTO

Descubre tu vocación haciendo lo mismo que los universitarios

CONTENIDO

Primera clase	¿Qué es Innovación?
Segunda clase	ADN Innovador
Tercera clase	Lean Startup, claves para emprendedores de éxito
Cuarta clase	Buscando la oportunidad de negocio
Quinta clase	Modelos de Negocio Innovadores
Actividad	Actividad en grupo: Desarrolla tu idea de negocio

DESCRIPCIÓN

Tener una visión amplia de innovación es fundamental para el desarrollo y crecimiento de una empresa. Como dice Tim Brown, CEO de IDEO “Los líderes ven hoy a la innovación como la principal fuente de ventaja competitiva y de diferenciación.”

En el curso se analizan las características que destacan en las personas y equipos más innovadores, aunque también se ven formas para entrenar la creatividad y fomentar la innovación. Posteriormente, se introduce el concepto de emprendimiento y se estudia el método Lean Startup que ayuda a encontrar un modelo de negocio rentable rápidamente y reduce el riesgo de fracaso. Los alumnos aprenden también técnicas que facilitan la detección de oportunidades de negocio. Por último, se estudian diferentes casos de éxito de startups con modelos de negocio innovadores que están triunfando hoy en día.

MACRO Y MICROECONOMÍA

Descubre tu vocación haciendo lo mismo que los universitarios

CONTENIDO

Primera clase	Microeconomía: Consumo y Producción
Segunda clase	Mercados Competitivos
Tercera clase	Mercados No Competitivos
Cuarta clase	Macroeconomía: El mercado de bienes y los mercados financieros
Quinta clase	Modelo IS-LM: Modelo macroeconómico de la demanda agregada
Actividad	Actividad en grupo “¿Qué pasa sí...?”: Observaremos diferentes situaciones puntuales y los alumnos predicen las consecuencias

DESCRIPCIÓN

El curso ofrece una visión básica de los fundamentos de la teoría económica en sus dos niveles: microeconomía y macroeconomía.

A nivel microeconómico, se analiza el comportamiento económico de los agentes individuales: empresas, individuos y hogares. Se estudia cómo interactúan con los mercados y la influencia que tiene la toma de decisiones para asignar los recursos limitados en la oferta y la demanda de bienes y servicios.

El estudio macroeconómico permite al alumno obtener una visión global de la economía en su conjunto, gracias a la cual, adquiere una visión básica de los fenómenos económicos que afectan a los diferentes agentes económicos como la inflación, el desempleo, la balanza de pagos y el crecimiento económico.

DESCUBRIENDO EL MUNDO EMPRESARIAL

Descubre tu vocación haciendo lo mismo que los universitarios

CONTENIDO

Primera clase	INTRODUCCIÓN. EL ENTORNO ACTUAL DE LOS NEGOCIOS
Segunda clase	ESTRATEGIAS GENERALES DE LA EMPRESA
Tercera clase	INTRODUCCIÓN A LA GESTION FINANCIERA
Cuarta clase	INTRODUCCIÓN A LA GESTION DE ORGANIZACIÓN Y DE RECURSOS HUMANOS
Quinta clase	INTRODUCCIÓN A LA PRODUCCIÓN
Actividad	VISITA A UNA EMPRESA

DESCRIPCIÓN

El objetivo de este curso es conocer los fundamentos básicos del entorno empresarial. Se trata de que los alumnos adquieran unos conocimientos básicos generales sobre los distintos departamentos que conforman una empresa.

Asimismo, al final del curso, los estudiantes también habrán comenzado a desarrollar habilidades de comunicación, cooperación interpersonal y trabajo en equipo; todas ellas necesarias para desenvolverse en el mundo de la empresa en el siglo XXI.

PRINCIPIOS DEL MARKETING

Descubre tu vocación haciendo lo mismo que los universitarios

CONTENIDO

Primera clase	¿Qué es el marketing?
Segunda clase	Las etapas del marketing
Tercera clase	Posicionamiento
Cuarta clase	Segmentación y diferenciación
Quinta clase	Marketing mix
Actividad	Tendencias de marketing

DESCRIPCIÓN

Se comienza por explicar qué es el marketing y se describe como “un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los de los clientes en los mercados” (Reig, 2018).

De contenido eminentemente práctico, el curso está dirigido a comprender los principios básicos y áreas fundamentales del marketing.

NUEVAS TENDENCIAS DEL CONSUMIDOR

Descubre qué te gusta aprendiendo

CONTENIDO

Primera clase	INTRODUCCIÓN. EL ENTORNO DEL CONSUMIDOR EN LA ACTUALIDAD
Segunda clase	ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR
Tercera clase	MARKETING 3.0 Y SU INFLUENCIA EN EL CONSUMIDOR ACTUAL. LOS MILLENIALS
Cuarta clase	TENDENCIAS ACTUALES DE LOS CONSUMIDORES
Quinta clase	NUEVAS TÉCNICAS DE MARKETING: NEUROMARKETING
Sexta clase	MARKETING RELACIONAL Y CRM
Actividad	VISITA A EMPRESA

DESCRIPCIÓN

En la actualidad, el perfil del comportamiento del consumidor es el de una persona informada, con un mayor nivel de formación y más reflexivo que busca minimizar los riesgos. En el proceso de compra quiere seguridad y simplicidad.

Además, la tecnología hace que el consumidor tenga multitud de “inputs” para poder comparar un mismo producto. El consumidor quiere saber del producto, no sólo a través del boca a boca, sino utilizando las redes sociales. Asimismo, se ha generalizado que el consumidor adopte diversos roles como productor de contenidos o prescriptor tal y como, por ejemplo, es el caso de los “bloggers”.

En el curso, se profundiza en estas nuevas tendencias de los consumidores para entender cómo las empresas se han de adaptar. Los estudiantes logran con este curso unos conocimientos generales de estas nuevas tendencias.