

DATOS GENERALES

Curso académico

Tipo de curso	Certificado Universitario
Número de créditos	4,00 Créditos ECTS
Matrícula	350 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Titulados universitarios con estudios mínimos equivalentes a una diplomatura: Licenciados, Diplomados Universitarios Oficiales, Ingenierías Superiores y Técnicas, Arquitectura y Graduados Universitarios adaptados al EEES. Alumnado universitario que esté realizando estudios de primer o segundo ciclo o de grado EEES y que tenga pendientes de aprobación un máximo del 10% de la carga lectiva total del título, condicionado a la obtención del mismo en el mismo año académico. Profesionales sin titulación universitaria y con experiencia acreditada en puestos de gestión Personas en condiciones de acceder a enseñanzas universitarias e interesadas en ampliar sus capacidades directivas.

Modalidad A distancia

Lugar de impartición

Horario

Dirección

Organizador Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras"
Dirección César Camisón Zornoza
Catedrático/a de Universidad. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras".
Universitat de València

Plazos

Preinscripción al curso Hasta 15/09/2016

Fecha inicio Marzo 2017

Fecha fin Marzo 2017

Más información

Teléfono 961 603 000

E-mail informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Gestión del Conocimiento e Inteligencia Competitiva

PROFESORADO

Sonia Cruz Ros

Profesor/a Titular de Universidad. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València

Javier Llinares Sala

Licenciado en Psicología y CEO en Autoritas Consulting

Manuel Monreal Garrido

Profesor/a Titular de Escuela Universitaria. Departament de Direcció d'Empreses "Juan José Renau Piqueras". Universitat de València

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Titulados universitarios con vocación para desarrollarse profesionalmente y completar sus competencias digitales y de gestión de la información.

Profesionales en activo de la dirección de empresas o del sector público, que estén interesados en actualizar y completar sus conocimientos y en potenciar su carrera profesional, adquiriendo nuevas competencias digitales y de gestión de la información.

Consultores de dirección necesitados de desarrollar su capacidad directiva añadiendo destrezas en inteligencia competitiva y prospectiva estratégica

Especialistas en marketing deseosos de completar su formación digital y estratégica

Directivos y emprendedores de empresas start-up y otros interesados en desarrollar sus capacidades con el concurso de las TIC y los nuevos modelos de negocio.

Este curso tiene los siguientes objetivos:

" Enseñar la forma de analizar adecuadamente los sistemas de análisis de datos que ofrecemos y cómo establecer un sistema de información y transmisión de conocimiento interno basado en las últimas tecnologías.

" Aprender a analizar la desbordante cantidad de datos que los instrumentos de análisis nos proveen sin ahogarse, manejando las herramientas para identificar, capturar y tratar información y para transformarla en conocimiento.

" Saber cómo comunicar la información correcta a las personas correctas y como implantar un entorno ágil de comunicación y toma de decisión basado en datos y no en meras especulaciones

" Cómo en crear un entorno donde el conocimiento específico de todas las áreas sea compartido para el beneficio y el crecimiento de las mismas.

" Conocer los instrumentos apoyados en internet y las nuevas tecnologías de la información que permiten la escucha activa del entorno y la extracción de información valiosa con fines

competitivos. En especial los instrumentos de análisis web, cómo funcionan y cómo extraer información relevante para las diversas áreas que componen una empresa.

" Diseñar la estrategia de gestión del conocimiento de la organización, tanto el latente en su entorno como el que circula en su interior.

" Diseñar estructuras y equipos capaces de analizar la información para extraerle valor y reportar informes útiles a la dirección para la toma de decisiones.

" Conocer y utilizar los instrumentos que permiten crear una infraestructura de comunicación interna y de transmisión del conocimiento.

" Crear una cultura Data Oriented

" Conocer de verdad cómo utilizar Google Analytics (establecimiento de objetivos a seguir, KPIs y conversiones)

" Saber utilizar los instrumentos de analítica de las diferentes plataformas Social Media (Facebook, Twitter, etc)