

PAD

PROGRAMA DE ALTA DIRECCION



e&s

ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS

1. ¿Por qué el PAD?
2. e&s escuela superior de negocios
3. Contenido del programa
4. Equipo de profesores

¿Por qué asistir al PAD?

- . Su contenido está diseñado para afrontar la crisis.
- . Está dirigido a empresarios, Gerentes y Directivos sénior para reflexionar sobre temas estratégico para afrontar la crisis.
- . La metodología está adaptada a los directivos senior ya que comprende conferencias y casos enfocados desde un punto de vista estratégico.
- . Será impartido por profesores de prestigio internacional que acumulan muchos años de experiencia en el mundo empresarial.

PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

El PAD se dirige a empresarios y directivos con funciones directivas de alto nivel en cualquier área funcional de la organización.

Edad media

43 años

Función en la empresa

65% Dirección General
25% Dirección Comercial
10% Dirección Financiera



e&s Escuela Superior de Negocios



e&s es una escuela fundada por empresarios y para los empresarios que cuenta con profesorado de prestigio internacional y con una clara vocación internacional.

El Programa de Alta Dirección tiene una duración total de 73 horas de formación presencial, a través de las que se desarrollan las claves del entorno competitivo y las principales áreas, funciones y procesos que atañen a las empresas.

DURACIÓN Y HORARIO

El Programa tiene una duración de 73 horas, que se desarrollan a lo largo de 11 sesiones lectivas de formación. Las reuniones de trabajo se celebrarán los martes. En algunas semanas, la sesión es una jornada completa con horario de 9:30 a 14:30 horas y de 16:00 a 19:00 horas; en otras, es de media jornada, de 9:30 h. a 14:30 h.

DIRECTOR DEL PROGRAMA

Damian Frontera

Ingeniero agrónomo, MBA IESE, Presidente del Instituto Tecnológico Agroalimentario y del REDIT (Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana). Ha sido durante 34 años Consejero Delegado Director General de OMSA (Oscar Mayer).





Programa

El programa de formación desarrolla las siguientes grandes áreas:

<p>Área 1</p>	<p>ADOPTAR DECISIONES ESTRATÉGICAS PARA SUPERAR LA CRISIS</p> <p>La Estrategia consiste en adaptar la empresa a su entorno. Por ello, en una situación de dificultad la mayor parte de las decisiones relevantes tienen que ver con la detección de las amenazas y con el aprovechamiento de las oportunidades. Es necesario analizar el entorno de dificultad actual para en sus vertientes económica, política, social y tecnológico para tomar las decisiones oportunas. Los temas concretos desarrollados en el programa a este respecto son:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Crisis Económica: Retos y Oportunidades . Elegir el futuro en Tiempos de Crisis . Alianzas Estratégicas en Épocas de Crisis
<p>Área 2</p>	<p>EN BUSCA DE NUEVOS MERCADOS</p> <p>El objetivo último de cualquier organización es crear y recrear clientes. Crear, en el sentido de conseguir nuevos clientes, ampliar mercados, penetrar más en los actuales, y recrearlos, es decir, que los clientes actuales lo sigan siendo en el futuro, fidelizándolos adecuadamente, son actividades básicas para la supervivencia. Se tratan en el programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Impulso comercial y liderazgo . Cómo relanzar la marca en situaciones de crisis; técnicas y estrategias de comunicación ante conflictos, catástrofes y mercados a la baja.
<p>Área 3</p>	<p>LA INNOVACIÓN COMO PIEZA CLAVE PARA SOBREVIVIR</p> <p>En un entorno cambiante y de dificultad, la única fuente sostenible de ventaja competitiva es la capacidad de innovar con más rapidez y eficacia que nuestros competidores. Pero la innovación no brota de manera espontánea: han de ponerse las condiciones adecuadas para que surja, al tiempo que se requiere un esfuerzo constante y planificado de toda la organización. El programa estimula la reflexión sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Innovación: Como sobrevivir . Como utilizar la creatividad y la innovación para enfrentar los tiempos difíciles y convertirlos en posibilidades.

<p>Área 4</p>	<p>CÓMO DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA SOBREVIVIR A LA CRISIS</p> <p>La reorganización de las empresas para ajustarla a la crisis actual exige una definición de nuevos parámetros para superar las dificultades. Es función de la alta dirección poner en marcha iniciativas que solventen las situaciones comprometidas, aprovechando de forma adecuada los instrumentos legales a su alcance. Los temas fundamentales del programa son:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Reestructuración financiera y procesos concursales . Procesos de reestructuración organizativa y reducción de costes . Reestructuración de plantillas . Un marco laboral para una economía en transformación
<p>Área 5</p>	<p>MEJORAR LAS PROPIAS COMPETENCIAS Y GESTIONAR LA CRISIS EN LA ORGANIZACIÓN</p> <p>Ajustar los recursos humanos a las necesidades de la empresa en cada momento y mantener los niveles de eficacia, de servicio y de motivación, son objetivos fundamentales de la organización en situaciones difíciles. La innovación y la diferenciación sobre los que se apoyan las empresas para superar la crisis se basan en el talento de los equipos de trabajo. Estos son los aspectos concretos de esta área que se desarrollan en el programa:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Optimismo Inteligente; Actitud necesaria para afrontar entornos difíciles . La gestión por confianza en momentos de crisis . Cómo potenciar nuestros recursos internos y métodos y actitudes para el bienestar y el sosiego. . Cómo conseguir la armonía familiar en la empresa
<p>Área 6</p>	<p>LOGRAR UNAS FINANZAS Y UN CONTROL EXCELENTES</p> <p>Cuando los márgenes son muy estrechos cualquier mala decisión en el aspecto financiero puede marcar la diferencia entre ganar o perder dinero. En momentos de incertidumbre la gerencia no puede permitirse falta de liquidez ni la falta de la información necesaria para la toma de decisiones en el corto plazo. Aspectos que serán tratados a lo largo de las dos sesiones que componen este módulo:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Revisión de los principios financieros en la nueva coyuntura: un nuevo paradigma financiero para el siglo XXI . Negociar con la banca . El control de la estrategia y sus instrumentos: BSC y mapas estratégicos.

Profesorado



Javier Fernandez Aguado

Catedrático del Área de Dirección General, en Foro Europeo (Escuela de Negocios de Navarra).

Socio Director de MindValue (www.mindvalue.com).

Premio Peter Drucker a la Innovación en Management 2008 (EE.UU.).

Premio al mejor conferenciante en competitividad 2007, en Estados Unidos (Best Competitiveness Speaker Award).

Premio al mejor libro europeo de gestión en Gran Bretaña (año 2006) por su obra La soledad del directivo, editorial Lid, escrito junto a José Aguilar.

Premio Most Valuable Speaker 2006 (España).

Creador de seis modelos de Gestión organizativa Gestión de lo Imperfecto, Patologías organizativas, Will Management, Feelings Management, Liderar en incertidumbre y Dirección por Hábitos-, es el único autor contemporáneo español sobre el que se han escrito más de cien libros y ensayos analizando su pensamiento.

Fue elegido en noviembre de 2008 como pensador europeo para debatir con David Norton (creador del Balanced Scorecard) sobre los modelos europeos y norteamericanos de gestión.



Enrique De La Rica

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco.

Master en Dirección de Empresas por ESEUNE. Director de la Escuela de Negocios (ESEUNE). Al mismo tiempo dirige la División de e-Learning.

Es Miembro del E-Commerce Advisory Committee de University of California at Berkeley (USA), Director del Grupo Tecnologías y Gestión del Cluster del Conocimiento.

Miembro de los jurados de los premios Buber Euskadi (empresa de Internet) y Empresa Digital (empresas de Internet).



Juan Carlos Cubeiro

Se le considera uno de los mayores expertos españoles en Liderazgo, Coaching, Estrategia y Cambio Cultural.

Ha sido Consultor Senior en Arthur Andersen, Coopers & Lybrand, Areté y HayGroup. Asesora al 80% de las empresas del Ibex-35. Socio-Director de Eurotalent.

Presidente de la Asociación Española de Coaching.



Emilio Duró Pamies

Licenciado en Económicas y Master en Administración de Empresas por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE).

Ha sido Profesor-Colaborador de distintas universidades como la Fundación Universidad Empresa de la Universidad de Navarra, Pompeu Fabra e INADE.

Ha sido Directivo de Empresas de Gran Consumo como Martini Rossi y Yoplait-ATO.

En la actualidad es Consultor y Formador en empresas nacionales y multinacionales de diversos sectores.



Pascual Montañés

Licenciado en Derecho. Doctor en Economía Política.

Considerado como uno de los más importantes expertos en estrategia de Europa. Ha sido elegido mejor profesor del Instituto de Empresa durante cuatro años consecutivos.

Es consultor de estrategia y formador de multitud de empresas del Ibex-35 como Indra, BSCH y Unión Fenosa.

Es consejero externo en Software AG, multinacional del software.

Impartirá el Seminario de su libro Bestseller Inteligencia Política.



Álvaro González-Alorda

Licenciado en Comunicación por la Universidad de Navarra y PDD en IESE Business School.

Profesor y director del Área de Innovación de ISEM Fashion Business School, profesor asociado del Instituto de Empresa y colaborador de otras escuelas de negocio como Fundesem o la EOI.

Colaborador de más de 50 empresas nacionales e internacionales en el diseño e implantación de metodologías y procesos de innovación.

Es, además, Director de la consultora de marketing relacional BocaOreja y consultor del equipo de Luis Huete.



Joost Van Nispen

Licenciado en Dirección de Empresas por la Universidad de Harvard, MBA por el Massachusetts Institute of Technology.

Fundador y Director General de Ogilvy Marketing Directo Sudáfrica, Director General de OMD Francfort, Director Regional OMD Europa y Consejero Delegado OMD España.

Profesor de la Facultad de Marketing de ESIC, Profesor Asociado de Marketing Directo de EADA, Miembro del Consejo Académico Mundial del OgilvyOne Worldwide Institute. Presidente de ICEMD.



Ramon Ollé

Considerado por el Wall Street Journal como uno de los mayores expertos en creación de marca del mundo.

Profesor titular de branding en ESADE.

Es Director General de Grey en España, una de las mayores multinacionales agencias de comunicación en todo el mundo.

Es Presidente de la Asociación Española de Planificadores Estratégicos.



www.escuelasuperior.com

ESCUELA SUPERIOR DE NEGOCIOS

Complejo Parquesur
Calle Pavías, 11 - 12006 - Castellón
Tel. 964 25 49 69 Fax: 964 22 22 30
informacion@escuelasuperior.com
www.escuelasuperior.com