

Estudio Propio: **MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN MANAGEMENT DEVELOPMENT (EXECUTIVE)**

Código Plan de Estudios: **FC49**

Año Académico: **2023-2024**

ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:							
CURSO	Obligatorios		Optativos		Prácticas Externas	TFM/Memoria/ Proyecto	Créditos Totales
	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Créditos	
1º	54	7				6	60
2º							
3º							
ECTS TOTALES	54	7				6	60

PROGRAMA TEMÁTICO:				
ASIGNATURAS OBLIGATORIAS				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
706672	1	ESPAÑOL APLICADO A LOS NEGOCIOS	OB	12
706673	1	BUSINESS MANAGEMENT	OB	6
706674	1	LEADERSHIP	OB	6
706675	1	MARKETING MANAGEMENT	OB	6
706676	1	HR MANAGEMENT	OB	9
706677	1	INTERNATIONAL FINANCE	OB	6
706678	1	DIGITAL TRANSFORMATION	OB	9
TRABAJO FIN DEMÁSTER/MEMORIA /PROYECTO				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
706679	1	MASTER THESIS	OB	6

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	ESPAÑOL APLICADO A LOS NEGOCIOS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	12	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Sonia Adeva	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo en chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Laura de Mingo y Sonia Adeva

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	84
Número de horas de trabajo personal del estudiante	216
Total horas	300

CONTENIDOS (Temario)

Español específico tanto lingüístico como léxico específico para entender y desarrollar los siguientes conocimientos profesionales:

- Departamentos y funciones.
- El plan empresarial.
- Correspondencia comercial: tipos de cartas.
- Trámites para la puesta en marcha de una empresa: fiscales, laborales y municipales.
- Selección de personal.
- Informes de gestión.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Comprender conceptos fundamentales y manejar la terminología básica del mundo de la Empresa
Elaborar textos orales y escritos de diferente tipo en español de los negocios.

Entender los procedimientos de la creación de una empresa en el sistema económico español.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

BIBLIOGRAFÍA

Material entregado y recomendado por los docentes

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	BUSINESS MANAGEMENT	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Antonio de Lucas	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo en chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Antonio de Lucas, M^a Teresa del val

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)

Concepto de empresa
Valor
Técnicas de gestión
Marketing

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Análisis y pensamiento económico empresarial
Manejo magnitudes empresariales
Conocimiento el funcionamiento de una empresa

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

BIBLIOGRAFÍA

- Bueno Campos, F. (2005): *Curso Básico de Economía de la Empresa. Un enfoque de organización*, 4ª edición, Ed. Pirámide, Madrid. ISBN: 9788436819113.
- Claver Cortés y Otros (2009): *Manual de Administración de Empresas*, 4ª edición, Ed. Civitas, S.A., Colección Empresa, Madrid. ISBN: 9788447011193.
- Cuervo García, A. y Otros (2008): *Introducción a la Administración de Empresas*, 6ª edición, Ed. Civitas, S.A., Colección Empresa, Madrid. ISBN: 9788447028672.
- Pérez Goróstegui, E. (2009): *Curso de Introducción a la Economía de la Empresa*, 1ª edición, Ed. Universitaria Ramón Areces, Madrid. ISBN: 9788480049016.
- Pérez Goróstegui, E. (2009): *Casos Prácticos de Introducción a la Economía de la Empresa*, 1ª edición, Ed. Universitaria Ramón Areces, Madrid. ISBN: 9788480049443.

Material entregado y recomendado por los docentes

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	LEADERSHIP	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Alba Yela	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo en chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Alba Yela

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)

Liderazgo
Trabajo en equipo
Motivación
Gestión del tiempo

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Conocer los elementos de motivación
Gestión de desarrollo del personal
Saber cómo gestionar personas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

BIBLIOGRAFÍA

- JOHN C. MAXWELL (2003) Las 17 leyes indiscutibles del trabajo en equipo
- JOHN P. KOTTER (1996) Leading change
 - BORRELL, F. (2001). Cómo trabajar en equipo. Barcelona: Gestión 2000.com.
 - GONZÁLEZ, L. (2001). Satisfacción y motivación en el trabajo. Madrid: Díaz de Santos.
 - HARRISON, N. (2001). Cómo mejorar el rendimiento de sus empleados. Barcelona: Gedisa.
 - JIMÉNEZ, A. (2000). Creando valor... a través de las personas. Madrid: Díaz de Santos.
 - URCOLA, J.L. (2001). Dirigir personas en tiempos de cambio. Madrid: Esic Editorial.
 - VANDER ZANDEN, J.W.; JAMES, W. (1986). Manual de Psicología Social. Barcelona: Paidós.
- Material entregado y recomendado por los docentes

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	MARKETING MANAGEMENT	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Sorin Gavrilă	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo en chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Sorin Gavrilă

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)

- La dimensión del marketing
- El mercado y su entorno
- El consumidor
- La marca
- Dirección estratégica del marketing
- Marketing mix
- Análisis e investigación de mercados
- Marketing relacional
- Nuevas tendencias del marketing
- E-business

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Conocer cómo llegar al mercado
Introducirse en la gestión del marketing

Saber cómo conocer el mercado

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

BIBLIOGRAFÍA

Dirección de Marketing

Philip Kotler, Prentice Hall, 2000

The new rules of Marketing and PR

David Meerman Scott, John Wiley and Sons, 2010

El management del Siglo XXI

Peter Drucker, Edhasa, 1999

Strategic marketing management

Alexander Chernev, John Wiley and Sons, 2007

Kellogg on Marketing

Alice M. Tibout, Bobby J. Calder, Philip Kotler, John Wiley and Sons, 2010

Cómo crear un plan de marketing

John Westwood, GEDISA, 2001

El plan de marketing en la PYME

José María de Sainz de Vicuña, ESIC Editorial, 2010

Fundamentos del marketing

David Jobber, McGraw-Hill, 2007

Material entregado y recomendado por los docentes

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	HR MANAGEMENT	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	9	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Raúl Castaño	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo en chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Raúl Castaño/ Alba Yela

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	63
Número de horas de trabajo personal del estudiante	162
Total horas	225

CONTENIDOS (Temario)

Introducción a los RRHH
Selección y gestión retributiva
Desarrollo profesional

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Conocer las actividades de un departamento de RRHH
Introducirse en la gestión del personal en una empresa
Saber cómo desarrollar una política de RRHH

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

BIBLIOGRAFÍA

CASTILLO APONTE, JOSÉ D. *“Gestión del talento humano”*, **Libro** electrónico disponible en:
<http://www.crecimientointegral.net/>

Material entregado y recomendado por los docentes

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	INTERNATIONAL FINANCE	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Antonio de Lucas	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Antonio de Lucas, José Luis Crespo

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)

- Conceptos generales de análisis financiero
- Información financiera de la empresa
- Selección de inversiones
- Valoración de acciones y obligaciones
- Valoración de empresa
- Análisis por ratios financieros de una empresa
- Fuentes de financiación
- Mercados financieros

RESULTADO DE APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Análisis y pensamiento financiero
 Manejo de magnitudes financieras
 Valoración de magnitudes financieras

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

BIBLIOGRAFÍA

González Catalá, V.T. (1992): Análisis de las Operaciones Financieras, Bancarias y Bursátiles, Ediciones Ciencias Sociales. Disponible en <http://hdl.handle.net/10017/7899>

González Catalá, V.T. (1993): Operaciones Financieras, Bancarias y Bursátiles, Ediciones Ciencias Sociales. Disponible en <http://hdl.handle.net/10017/7900>

González Catalá, V.T. (1991): Enfoque práctico de las operaciones de la Matemática Financiera, Ediciones Ciencias Sociales. Disponible en <http://hdl.handle.net/10017/7898>

Brealey, R.A., Myers, S.C. y Allen, F. (2015): Principios de Finanzas Corporativas, Ed. McGraw-Hill, Madrid (novena edición)

Material entregado y recomendado por los docentes

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	DIGITAL TRANSFORMATION	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	9	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Antonio de Lucas	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo en chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Antonio de Lucas

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	63
Número de horas de trabajo personal del estudiante	162
Total horas	225

CONTENIDOS (Temario)

Economía digital
Comunicación interna y estrena
Redes sociales

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Diseñar un plan de necesidad digital
Conocer elementos digitales necesarios
Conocer y evaluar herramientas para un entorno digital

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Española de la Economía Digital (adigital), “Libro Blanco del Comercio Electrónico, 2ª edición”, 2012.
- Asociación Española de la Economía Digital (adigital), “Libro Blanco de Logística para Comercio Electrónico”, 2016.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (Executive) (OECD), “Internet Economy Outlook”, 2012.
- PwC, “Global Entertainment and Media Outlook: 2012-2016”, 2012.
- IAB Spain, *Libros blancos y estándares*.
- INESDI, “Top 25 Profesiones Digitales”, 2017
- FTI – AMETIC, “Perfiles Profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012 – 2017 – PAFET VII”, 2012.

Material entregado y recomendado por los docentes

GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Master de Formación Permanente in Management Development (Executive)	
Nombre de la asignatura	MASTER THESIS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
	X	Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	M ^a Teresa del Val Núñez	
Idioma en el que se imparte	Inglés, español con apoyo en chino	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Raúl Castaño
Alba Yela Aránega
José Luis Crespo Espert
Sonia Adeva
Laura de Mingo
Antonio de Lucas
M^a Teresa del Val Núñez

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	42
Número de horas de trabajo personal del estudiante	108
Total horas	150

CONTENIDOS (Temario)

Realizar un plan de negocios o un análisis del entorno

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

Diseñar un plan de negocio
Integra diferentes áreas de conocimiento
Valorar una idea empresarial

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El trabajo fin de máster se ponderará con dos calificaciones, el tutor de TFM calificará el trabajo y esto supondrá un 60% de la nota y el 40% será la exposición oral ante un tribunal.

BIBLIOGRAFÍA

Material entregado y recomendado por los docentes