

Estudio: **CERTIFICADO DE FORMACIÓN PERMANENTE EN INDUSTRIAL
MANAGEMENT IV**

Código Plan de Estudios: **FD15**

Año Académico: **2024-2025**

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	25	5			5		30
2º							
3º							
ECTS TOTALES	25	5			5		30

PROGRAMA TEMÁTICO:

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
707448	1	RECURSOS HUMANOS, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS	OB	5
707449	1	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	OB	5
707450	1	BUSINESS ENGLISH I	OB	5
707451	1	MACROECONOMÍA	OB	5
707452	1	COMPETENCIAS TRANSVERSALES II	OB	5

PRÁCTICAS EXTERNAS

Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
707453	1	PRÁCTICAS IV	OB	5

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

GUÍA DOCENTE

Año académico	2024-2025	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	RECURSOS HUMANOS, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Profª. Drª Sonja Würtemberger	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Profª. Drª. Sonja Würtemberger, Drª. Maike Schlegel

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

- Objetivos y funciones del trabajo empresarial
- Planificación de personal
- Fundamentos del marketing de personal
- Selección y contratación de personal
- Tipos de contratación
- Política de retribución
- Modelos organizativos
- Teorías de organización
- Management en función de los contextos organizativos
- Cambios organizativos

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Conocer los modelos organizativos y saber identificar todas las variables que intervienen en la toma de decisiones empresariales
- Conocer y saber aplicar los fundamentos de las políticas de personal, tanto internas como externas
- Saber formular, evaluar y seleccionar las estrategias empresariales en torno a la estructura organizativa como a la selección y contratación de personal

EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen

BIBLIOGRAFÍA

- Bach, N.; Brehm, C.; Buchholz, W.; Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen - Prozesse - Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
- Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Lindner, D.; Lindner Lohmann; F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Heidelberg: Springer
- Oechsler, W.A. / Paul, C: Personal und Arbeit, München, Wien: Oldenbourg
- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
- Schulte Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen
- Schreyögg, G. / Geiger, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer Stock
- Homburg, R.: Personalmanagement. Theorien - Konzepte - Instrumente, Wiesbaden: SpringerGabler
- Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer Poeschel

GUÍA DOCENTE

Año académico	2024-2025	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Prof. Dr. Alexander Hennig	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Prof. Dr. Alexander Hennig

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

- Información primaria y secundaria
- Investigación de mercados: procedimiento, proceso, método
- Diseño de la investigación
- Valoración de los datos
- Actuales tendencias
- Profundización en el marketing estratégico y sus instrumentos
- Nuevas tendencias de distribución, de precios, de comunicación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Conocer y aplicar al contexto profesional los procesos de toma de decisiones en materia de estrategia y política comercial.
- Entender las dependencias entre comportamiento del consumidor, estrategia y programa de Marketing.
- Obtener, analizar y presentar los datos de los mercados a los que se dirigen las empresas.

EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen

BIBLIOGRAFÍA

- Becker, J.: Marketing-Konzeption. Grundlagen des strategischen und operativen Marketing Managements, München: Vahlen.
- Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden: Gabler.
- Fantapie Altobelli, C.: Marktforschung. Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele, Konstanz, München: UTB UVK/Lucius.
- Homburg, Ch.: Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kotler, Ph./Armstrong, G./Harris, L.C./Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, Hallbergmoos: Pearson Deutschland.
- Meffert, H./Burmann, Ch./Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2024-2025	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	BUSINESS ENGLISH I	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Gareth Bowen	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Gareth Bowen

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

- Inglés empresarial, nivel B2/C1

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Dominio del inglés de negocios, comprensión escrita y auditiva, así como expresión escrita y oral (B2/C1 MCER)
- Saber presentar sobre temas concretos de empresa en inglés empleando la correspondiente terminología
- Saber participar de conversaciones en grupo mantenidas en inglés y ser capaz de trasladar puntos de vista propios, así como comprender los puntos de vista ajenos

EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen

BIBLIOGRAFÍA

- Ashford, S. / Smith, T.: Business Proficiency: Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf, Stuttgart: Klett
- Barmeyer, C. / Franklin, P.: Intercultural Management: A Case Based Approach to Achieving Complementarity and Synergy, Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Dubicka, I. / O'Keffee, M.: Market Leader Advanced Coursebook (with DVD ROM incl. Class Audio), London: Pearson Longman
- Mckeown, A. / Wright, R.: Professional English in Use. Management. Edition with answers. Upper intermediate, Stuttgart: Klett
- Schmid, S. / Thomas, A.: Beruflich in Großbritannien. Trainingsprogramm für Manager, Fach und Führungskräfte, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Schroll Machl, S.: Doing Business with Germans. Their perception, our perception, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht

GUÍA DOCENTE

Año académico	2024-2025	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	MACROECONOMÍA	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Prof. Dr. Kristian Giesen	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Prof. Dr. Kristian Giesen, Prof. Dr. Norbert Schlottmann

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

- Fundamentos macroeconomía
- Paradigmas macroeconómicos (Principio de keynes y neoclásico)
- Modelos IS-LM
- Modelos AS-AD
- Modelo Solow
- Implicaciones político económica (fiscales, monetarias)
- Dinero y divisas
- Sistema financiera
- La demanda y oferta de dinero
- Política monetaria (inflación, deflación)
- Teoría de política de cambio
- Orden económico monetario
- Nuevas tendencias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Comprender los fenómenos económicos, jurídicos y sociales que conforman el entorno empresarial.
- Diferenciar el contexto económico, internacional, nacional, regional y sectorial, que rodea a la

- empresa, así como interpretar su impacto en la misma.
- Conocer y saber interpretar las principales teorías sobre el comportamiento de la economía tanto a nivel macroeconómico

EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen.

BIBLIOGRAFÍA

Arnold, L.: Makroökonomik, Mohr Siebeck, Tübingen
Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München
Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, Pearson, München
Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK Verlag, Konstanz
Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München
Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart
Rose, K., Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München
Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München
Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroökonomie, Oldenbourg, München

GUÍA DOCENTE

Año académico	2024-2025	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	COMPETENCIAS TRANSVERSALES II	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Prof. Dr. Francisco Javier Montiel Alafont	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Prof. Dr. Francisco Javier Montiel Alafont, Dr. Maïke Schlegel, Patricia Outerelo

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

CONTENIDOS (Temario)

- Teoría de la ciencia
- Técnicas de negociación
- Método de tratamiento informático de datos.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Conocer y comprender las principales teorías de la ciencia subyacentes a las ciencias sociales, principalmente las relativas a las ciencias de la empresa
- Conocer y saber aplicar los métodos de investigación empírica empleados en los estudios de empresa
- Conocer y aplicar distintas técnicas de negociación acorde al contexto y los participantes.
- Conocer y saber aplicar las herramientas informáticas empleadas para el tratamiento de los datos obtenidos en estudios de empresa

EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen.

BIBLIOGRAFÍA

- Bortz, J./Döring, N.: *Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler*, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: *Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten*. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: *Empirische Sozialforschung*. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Oppel, K.: *Business Knigge International*. Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: *Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften*. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: *Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft*. München: Vahlen
- Stickel Wolf, C. /Wolf, J.: *Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken*, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: *Wissenschaftliches Arbeiten*. München: Vahlen

GUÍA DOCENTE

Año académico	2024-2025	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	PRÁCTICAS IV	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Profª. Drª. María Teresa del Val	
Idioma en el que se imparte	Inglés/alemán/español	

PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Profª. Drª María Teresa del Val, Prof. Dr. Francisco Javier Montiel Alafont

DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125
Número de horas presenciales en la empresa (dentro del Total horas)	125

CONTENIDOS (Temario)

Prácticas en una empresa aplicando los conocimientos de la fase académica.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (Indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Relacionar los conocimientos adquiridos en los módulos académicos con la práctica en situaciones reales de gestión y toma de decisiones en distintos ámbitos funcionales de la empresa.
- Analizar, valorar y sintetizar la complejidad de las situaciones empresariales y su posible evolución a partir de sistemas reales de información.
- Proponer fórmulas para la coordinación eficaz y eficiente de actividades en el ámbito empresarial.
- Redactar de forma correcta informes y documentos internos y externos empresariales.
- Poseer y comprender la necesidad de un comportamiento ético en los negocios.

EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, memoria

BIBLIOGRAFÍA

Berthel, Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer
Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica

Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius
Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg
Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen
Stickel Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler
Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen
Lüsebrink, H. J.: Interkulturelle Kommunikation - Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer,
Stuttgart: J. B. Metzler