

Estudio Propio: **MÁSTER DE FORMACIÓN PERMANENTE EN LANGUAGE AND BUSINESS MANAGEMENT**

Código Plan de Estudios: **FE16**

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	54	7				6	60
2º							
3º							
<b>ECTS TOTALES</b>	<b>54</b>	<b>7</b>				<b>6</b>	<b>60</b>

### 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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/Inglés 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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	Inglés con apoyo en chino	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Antonio de Lucas, M<sup>a</sup> 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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	Inglés 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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	Inglés 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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	Inglés 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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	Inglés con apoyo en 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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	Inglés 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	2024-2025	
Estudio	Máster de Formación Permanente en Language and Business Management	
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 <sup>a</sup> 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<sup>a</sup> 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