

Estudio Propio: **FORMACIÓN SUPERIOR EN PRODUCTIVIDAD Y DESARROLLO PERSONAL**

Código Plan de Estudios: **EP78**

Año Académico: **2021-2022**

<b>ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>							
CURSO	Obligatorios		Optativos		Prácticas Externas	TFM/Memoria/Proyecto	Créditos Totales
	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Créditos	
1º	42	7			30		72
2º							
3º							
<b>ECTS TOTALES</b>	<b>42</b>	<b>7</b>			<b>30</b>		<b>72</b>

<b>PROGRAMA TEMÁTICO:</b>				
<b>ASIGNATURAS OBLIGATORIAS</b>				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
706432	1	DESARROLLO PERSONAL	OB	6
706433	1	COMUNICACIÓN	OB	6
706434	1	PRODUCTIVIDAD	OB	6
706435	1	IDENTIDAD DIGITAL	OB	6
706436	1	INNOVACIÓN	OB	6
706437	1	TOMA DE DECISIONES	OB	6
706438	1	PENSAMIENTO EXPONENCIAL	OB	6
<b>PRÁCTICAS EXTERNAS</b>				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
706439	1	PRÁCTICAS EN LA EMPRESA	OB	30

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	DESARROLLO PERSONAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
		A distancia
Profesor/a responsable	Purificación Moscoso Castro	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Purificación Moscoso Castro, Alejandro Iborra, Adolfo Meléndez

### 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	175

### CONTENIDOS (Temario)

El objetivo de la asignatura es propiciar que los alumnos adopten nuevas ideas que les permitan generar nuevos comportamientos y actitudes para mejorar en el logro de sus objetivos y metas, personales y profesionales. Se propone desarrollarla capacidad de atención y escucha, la empatía, la creatividad, la flexibilidad, el liderazgo y motivación, el pensamiento crítico y la reflexión. Se abordarán los siguientes temas:

#### 1. Liderazgo y desarrollo personal

- Objetivo: Desarrollar una mentalidad colaborativa capaz de liderar y motivar para adaptarse de forma continua a los cambios.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: Análisis de la paradoja del talento. Su objetivo es que el alumno llegue a conclusiones de cómo se pueden alcanzar las exigencias de competencias, talento y liderazgo que buscan las empresas hoy.

#### 2. Aprender a aprender

- Objetivo: Explorar en la necesidad del aprendizaje permanente a lo largo de la vida para

- ajustarlos a los tiempos y las demandas profesionales.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.
- 

Actividad de evaluación: Elaboración de un itinerario formativo personalizado que ayude a los alumnos a afrontar los retos profesionales y las exigencias formativas a largo plazo.

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para los cual es necesario realizar las actividades programadas.

### Criterios de evaluación

- Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.
- Aplicación de los conceptos y de las ideas principales a las actividades programadas.
- Actividades bien estructuradas y fundamentadas.
- Expresión **escrita clara** y coherente.

### Criterios de calificación

- Entrega de actividades en las que se demuestren el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (60%)
- Participación, con coherencia y rigor, en las actividades **programadas** (20%)
- Participación activa en las prácticas empresariales relacionadas con la asignatura (20%)

Para superar la unidad el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas. El tipo de prueba y la fecha se anunciarán en la plataforma online. Es recomendable que los estudiantes contacten con sus tutores antes de la fecha prevista.

## BIBLIOGRAFÍA

### Liderazgo y Desarrollo personal

Sennett, R. (2000). La corrosión del carácter: Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo.

Collinson, David. (2020). Introduction to the Special Issue. *Leadership*. 16. 3-8.

<https://www.researchgate.net/publication/341104911> Introduction to the Special Issue

Marfil Díaz, M. I. (2015). Luces Y sombras de la amazona de comic Wonder Woman, la mujer Maravilla = lights and shadows of the comic Wonderwoman. *Espacio Tiempo y Forma. Serie V, Historia Contemporánea*, 0(26), 135. <https://doi.org/10.5944/etfv.26.2014.14511>

Frankl, V. E. (2004). *El hombre en busca de sentido*. Herder & Herder.

Mattis, J., & West, B. (2019). *Call sign chaos: Learning to lead*. Random House.

Hammer, Dean. (2017). Between Sovereignty and Non-Sovereignty: Maiestas and Foundational Authority in the Roman Republic. -

<https://www.researchgate.net/publication/312116280> Between Sovereignty and Non-Sovereignty Maiestas and Foundational Authority in the Roman Republic

Csikszentmihalyi M (2012). *Aprender a fluir*. Barcelona, Kairós.

Gardner H (2011). *La inteligencia reformulada: Las inteligencias múltiples en el siglo XXI*. Barcelona, Paidós.

Goleman D (2013). *Liderazgo*. Ediciones B

Hersey P y Blanchard K (1985). *The situational leader*. Nueva York, Warner Books.

Kahneman D (2013). Pensar rápido, pensar despacio. Ed. Debate  
Schuler R.S. (2012). Human Resource Management. UK: South Western Cengage Learning.  
Martínez I (2014). Marca profesional: cómo ser sobresaliente, relevante y diferente. Barcelona, Alianza.  
Rock D, Siegel DJ, et al. (2012). The healthy mind platter. Neuroleadership Journal (vol.4).  
Suárez C y Gros B (2014). Aprender en red: De la interacción a la colaboración. Barcelona, Editorial UOC.

#### **POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)**

Las actividades relacionadas con la parte teórica que se realizan en la empresa de forma presencial se realizarían en remoto desde el domicilio del alumno como se realizan el resto de actividades de esta asignatura.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	COMUNICACIÓN	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
		A distancia
Profesor/a responsable	Bárbara Retamal Fernández	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Bárbara Retamal Fernández, Bárbara Juan Martínez, Mireia Murguiondo.

### 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	175

### CONTENIDOS (Temario)

El objetivo de la asignatura es propiciar que los alumnos mejoren las habilidades de comunicación interpersonal y de comunicación en la empresa. Se propone desarrollar la capacidad de atención y escucha, de análisis y resolución de problemas, la creatividad, la asertividad, la empatía y el pensamiento crítico. Se abordarán los siguientes temas:

#### 1. Comunicación Efectiva

- Objetivo: Abordar la necesidad de comunicar bien, haciendo uso de las estrategias y herramientas propias de cada medio.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: actividad para detectar para detectar los principales errores que se cometen en la comunicación y propiciar el desarrollo de estrategias que ayuden a su

solución.

## 2. Marca Personal

- Objetivo: Estudiar la génesis y desarrollo de este concepto, ahondando en cómo él identifica y comunica aquello que nos hace valioso, útil y fiable.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de un expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: realizar un video cv para fortalecer la marca personal.

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para los cual es necesario realizar las actividades programadas.

### Criterios de evaluación

- Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.
- Aplicación de los conceptos y de las ideas principales a las actividades programadas.
- Actividades bien estructuradas y fundamentadas.
- Expresión **oral** clara y coherente.

### Criterios de calificación

- Entrega de actividades en las que se demuestren el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (60%)
- Participación, con coherencia y rigor, en las actividades complementarias programadas (20%)
- Participación activa en las prácticas empresariales relacionadas con la asignatura (20%)

Para superar la unidad el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas. El tipo de prueba y la fecha se anunciarán en la plataforma online. Es recomendable que los estudiantes contacten con sus tutores antes de la fecha prevista.

## BIBLIOGRAFÍA

### Comunicación efectiva

- Carrillo, F. (2014). Tus gestos te delatan. Editorial Espasa
- Cialdini, R. B. (2009). Influence: The Psychology of Persuasion (Collins Business Essentials). Editorial HarperCollins e-books
- Covey, S.R. (2010). Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva: La revolución ética en la vida cotidiana y la empresa. Editorial Paidós
- Donovan, J. (2013). Método TED para hablar en público. Editorial Ariel
- Duarte, N. (2012). Resonancia (resonate): Cómo presentar historias visuales que transformen a tu audiencia. Editorial Gestion 2000
- Gladwell, M. (2006). The Tipping Point: How Little Things Can Make A Big Difference. Editorial Hachette Book Group
- Godin, S. (2009). Tribus: Necesitamos que TÚ nos lideres. Editorial Gestion 2000
- Goleman, D. (1996). Inteligencia emocional. Editorial Kairos
- Hilaire, C. St. (2011). 27 Técnicas de persuasión: Estrategias para convencer y ganar aliados. Editorial Conecta
- Núñez López, A. (2007). Será mejor que lo cuentes. Editorial Empresa Activa

Pérez Ortega, A. (2014). Marca personal para Dummies. Editorial Para Dummies  
Roan, D. (2009). The Back of the Napkin: Solving Problems and Selling Ideas with Pictures. Editorial Marshall Cavendish  
Turienzo, R. (2012). Carisma complex: 150 píldoras para aumentar tu magnetismo. Editorial Alienta.

### **Marca Personal**

Alonso J (2014). Merodeando.com  
Arqués N (2012). Y tú, ¿qué marca eres?: 14 claves para gestionar tu reputación personal. Madrid: Planeta.  
Dignall C (2014). Successful Networking in 7 simple steps. Londres: HarperCollins UK.  
Kintish W (2014). Business Networking. The Survival Guide. Londres: Pearson UK.  
Meyer S (2014). Branding: Creating an Identity on the Web. Nueva York: Rosen Publishing Group.  
Pérez Ortega A (2014). Marca personal para Dummies. Madrid: Planeta.  
Pérez Ortega A (2014). Soy mi marca o no soy nada.  
Pérez Ortega A (2012). Marca personal. Cómo convertirse en la opción preferente. Madrid: ESIC Editorial.  
Peters T (2012). Las pequeñas grandes cosas: 163 trucos para conseguir la excelencia. Barcelona: Deusto.  
Peters T (2005). 50 claves para hacer de usted una marca. Barcelona: Deusto.  
Salenbacher J (2014). Creative Personal Branding: The strategy to answer: what's next? Amsterdam: BIS Publishers.

### **POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)**

Las actividades relacionadas con la parte teórica que se realizan en la empresa de forma presencial se realizarían en remoto desde el domicilio del alumno como se realizan el resto de actividades de esta asignatura.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	PRODUCTIVIDAD	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
		A distancia
Profesor/a responsable	Bárbara Retamal Fernández	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Bárbara Retamal Fernández, Marlon Molina, Enric Rovira

### 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	175

### CONTENIDOS (Temario)

El objetivo de la asignatura es potenciar las competencias de gestión del tiempo y organización a través de la integración de la tecnología en la vida personal y profesional. Se propone desarrollar la capacidad de análisis y resolución de problemas, la autonomía, la gestión del tiempo, la planificación y organización y el trabajo en equipo. Se abordarán los siguientes temas:



### 1. Trabajo en equipos remotos

- Objetivo: Conocer y utilizar las herramientas que eliminan las barreras que genera la distancia y aprender los beneficios que el trabajo en equipos remoto aporta al trabajador y a la empresa.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de un expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: Gestión de un proyecto utilizando en su preparación, organización y realización diferentes aplicaciones de trabajo remoto

### 2. Metodologías Ágiles

- Objetivo: Explorar algunas técnicas de gestión de proyectos como Lean, que han surgido como contraposición a los sistemas tradicionales y posibilitan otra manera de gestionar las tareas.
- Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de expertos y tutores.

Actividad de evaluación: Concluir el proyecto iniciado en la unidad anterior utilizando alguna de las metodologías ágiles que se mencionan en este tema.

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para los cual es necesario realizar las actividades programadas.

### Criterios de evaluación

- Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.
- Aplicación de los conceptos y de las ideas principales a las actividades programadas.
- Actividades bien estructuradas y fundamentadas.
- Expresión escrita y oral clara y coherente.

### Criterios de calificación

- Entrega de actividades en las que se demuestren el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (60%)
- Participación, con coherencia y rigor, en las actividades complementarias programadas (20%)
- Participación activa en las prácticas empresariales relacionadas con la asignatura (20%)

Para superar la unidad el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas. El tipo de prueba y la fecha se anunciarán en la plataforma online. Es recomendable que los estudiantes contacten con sus tutores antes de la fecha prevista.

## BIBLIOGRAFÍA

### Trabajo en Equipos Remotos

Belzunegui-Eraso, A., & Erro-Garcés, A. (2020). Teleworking in the Context of the Covid-19 Crisis. *Sustainability*, 12(9), 3662.

DOI: <https://doi.org/10.3390/su12093662>Hook, A., Sovacool, B. K., & Sorrell, S. (2020). A systematic review of the energy and climate impacts of teleworking. *Environmental Research Letters*, 15(9), 093003.

DOI: <https://doi.org/10.1088/1748-9326/ab8a84>Hunter, P. (2019). Remote working in research: An increasing usage of flexible work arrangements can improve productivity and creativity. *EMBO*

reports, 20(1), e47435.

DOI: <https://doi.org/10.15252/embr.201847435> Choudhury, P., Foroughi, C., & Larson, B. Z. (2020). Work-from-anywhere: The productivity effects of geographic flexibility. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2020, No. 1, p. 21199). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.

DOI: <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2020.225> Abilash, K. M., & Siju, N. M. (2021). Telecommuting: An Empirical Study on Job Performance, Job Satisfaction and Employees Commitment during Pandemic Circumstances. *management*, 8, 3547.

DOI: <https://doi.org/10.34293/management.v8i3.3547>

Peters, Tom. *Las pequeñas grandes cosas*. Ed. Desuso

### **Metodologías Ágiles**

Beck et al. (2001, February 12). *Principles behind the Agile manifesto*. Manifesto for Agile Software Development. <https://agilemanifesto.org/principles.html>

Blank, S. (2013, May 1). *Why the lean start-up changes everything*. Harvard Business Review.

<https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything>

Burrows, M. (2014). *Kanban from the inside*. Blue Hole Press.

Elik, S., Berez, S., (2020, November 11). *An Agile approach to budgeting*. Harvard Business Review.

<https://hbr.org/webinar/2020/11/an-agile-approach-to-budgeting>

Gómez, C. L., Rafael de las Heras del Dedo, & García, A. Á. (2017). *Métodos ágiles : Scrum, Kanban, lean*. Anaya Multimedia..

INTECO. (2009). *Ingeniería del software: Metodologías Y ciclos de Vida* Laboratorio Nacional de Calidad del software. Academia.edu - Share research.

[https://www.academia.edu/22159265/INGENIER%C3%8DA\\_DEL\\_SOFTWARE\\_METODOLOG%C3%8DAS\\_Y\\_CICLOS\\_DE\\_VIDA\\_Laboratorio\\_Nacional\\_de\\_Calidad\\_del\\_Software](https://www.academia.edu/22159265/INGENIER%C3%8DA_DEL_SOFTWARE_METODOLOG%C3%8DAS_Y_CICLOS_DE_VIDA_Laboratorio_Nacional_de_Calidad_del_Software)

Kim, G., Behr, K., & Spafford, G. (2014). *The Phoenix project: A novel about IT, DevOps, and helping your business win*. It Revolution Press.

Martel, A. (2014). *Gestión Práctica de Proyectos con Scrum: Desarrollo de software para el Scrum master*. Createspace Independent Publishing Platform.

Rigby, D. K., Elk, S., & Berez, S. H. (2020). *Doing Agile right: Transformation without chaos*. Harvard Business Review Press.

Schwaber, K., & Sutherland, J. (2012). *Software in 30 days: How Agile managers beat the odds, delight their customers, and leave competitors in the dust*. John Wiley & Sons.

Stellman, A., & Greene, J. (2014). *Learning Agile: Understanding Scrum, XP, lean, and Kanban*. O'Reilly Media.

Sutherland, J. (2016). *Scrum: El arte de hacer el Doble de trabajo en la mitad de tiempo*. Océano.

### **POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)**

Las actividades relacionadas con la parte teórica que se realizan en la empresa de forma presencial se realizarían en remoto desde el domicilio del alumno como se realizan el resto de actividades de esta asignatura.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	IDENTIDAD DIGITAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
		A distancia
Profesor/a responsable	Luis González Lorenzo	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Luis González Lorenzo, Bárbara Juan Martínez, Erik Haggblom

### 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	175

### CONTENIDOS (Temario)

El objetivo de la asignatura es propiciar el aprendizaje de los fundamentos del marketing digital, conocer formas alternativas y efectivas de alcanzar a las nuevas audiencias y su aplicación en la vida personal y profesional. Se propone desarrollar el pensamiento crítico, la comunicación efectiva, la capacidad de influencia e impacto. Se abordarán los siguientes temas:

#### 1. Storytelling y Narrativa Transmedia

- Objetivo: Aprender a transmitir historias que conmuevan y movilicen a los demás. Estudiar las claves del storytelling utilizadas para propiciar la participación de la audiencia a través de discursos impactantes. Aprender a valorar la forma tanto como el contenido de los mensajes.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: Elección de un artículo académico que esté vinculado con el ámbito de la empresa de prácticas. Análisis del texto. Grabación y edición de video-resumen en modalidad colaborativa con otros alumnos.

#### 2. Marketing Digital

- Objetivo: Estudiar las acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan

en los medios y canales de internet (webs y blogs, redes sociales, plataformas de vídeo, foros, etc.).

- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.

Actividad de evaluación: Análisis de la publicidad online que recibes en tu navegación. Y posteriormente análisis de la navegación antes y después del análisis realizado.

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para los cual es necesario realizar las actividades programadas.

### Criterios de evaluación

- Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.
- Aplicación de los conceptos y de las ideas principales a las actividades programadas.
- Actividades bien estructuradas y fundamentadas.
- Expresión escrita y oral clara y coherente.

### Criterios de calificación

- Entrega de actividades en las que se demuestren el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (60%)
- Participación, con coherencia y rigor, en las actividades complementarias programadas (20%)
- Participación activa en las prácticas empresariales relacionadas con la asignatura (20%)

Para superar la unidad el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas. El tipo de prueba y la fecha se anunciarán en la plataforma online. Es recomendable que los estudiantes contacten con sus tutores antes de la fecha prevista.

## BIBLIOGRAFÍA

### Storytelling y Narrativa Transmedia

- Caldevilla Domínguez, D. (2015). Lenguajes y persuasión: nuevas creaciones narrativas. Ed. ACCI.
- Gambetti, R. C. y Graffigna, G. (2011). "The concept of engagement. A systematic analysis of the ongoing marketing debate" en International Journal of Market Research, vol. 52, págs. 801-826.
- Jenkins, H. (2009). Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración. Ed. Paidós.
- Jenkins, H. y Kelley W. (2015). Reading in a Participatory Culture. Ed. Teachers College Press.
- Lamelo Varela, C. (2016). Televisión social y Transmedia. Nuevos paradigmas de producción y consumo televisivo. Ed. UOC.
- León de la Riva, E. (2016). Narrativas Transmedia. Todo lo que tienes que saber sobre narrativa transmedia. Ed. De la Riva Group.

### Marketing Digital

- Álvarez Nobell A, Beerli Palacio A et al. (2014). Publicidad 360o. Ediciones Universidad San Jorge.
- Castillo Holgado M y Fernandez Iglesias R M (2014). Diario de una pyme en Internet. Fundación COTEC.

- Gherardi, G E (2015). Marketing Digital. Editorial Vértice.
- González F (2014). Reinventing the Company in the Digital Age. BBVA OpenMind.
- Lavinsky D (s.f.). Growthink's Ultimate Marketing Plan. Growthink.
- Maqueda Lafuente F J (2010). Marketing, innovación y nuevos negocios. ESIC Editorial.
- Nicholson B (2014). Usability, 149 Success Secrets. Emereo Publishing.
- Rodríguez del Pino D et al. (2012). Publicidad on line. ESIC Editorial.
- Sanagustín E (2009). Del 1.0 al 2.0: claves para entender el nuevo marketing. Bubok Publishing.
- Socialmood (s.f.). Seduce a tus usuarios con Inbound Marketing. Publicado por Socialmood en 40defiebre.com.

#### **POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)**

Las actividades relacionadas con la parte teórica que se realizan en la empresa de forma presencial se realizarían en remoto desde el domicilio del alumno como se realizan el resto de actividades de esta asignatura.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	INNOVACIÓN	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input checked="" type="checkbox"/>	On-line
	<input type="checkbox"/>	A distancia
Profesor/a responsable	Bárbara Retamal Fernández	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Bárbara Retamal Fernández, Bárbara Juan Martínez

### 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	175

### CONTENIDOS (Temario)

El objetivo de la asignatura es propiciar que los alumnos entiendan la innovación como una forma de crecer y marcar la diferencia. Se abordarán la gestión de las organizaciones para orientarlas hacia la innovación y se estudiarán algunas pautas para aplicar la innovación en el terreno del emprendimiento. Se propone desarrollar el análisis y resolución de problemas, la asunción de riesgos, la creatividad, la flexibilidad, el pensamiento crítico, la planificación y organización. Se abordarán los siguientes temas:

#### 1. Fundamentos de la innovación

- Objetivo: Aprender las bases de la innovación, la gestación de ideas y la creación de valor añadido. Entender que la innovación es un activo importante para todas las organizaciones.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: Proponer y desarrollar un proyecto de innovación en el cual se apliquen las ideas y conceptos que se abordan a lo largo de esta unidad.

#### 2. Métodos de innovación

- Objetivo: Conocer los procesos y herramientas que ayudan a poner en marcha la innovación. Pasar del pensamiento racional al intuitivo, adquirir agilidad a la hora de

explorar nuevas posibilidades y soluciones creativas.

- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: Concluir el proyecto de innovación iniciado en la unidad anterior, aplicando las ideas y conceptos que se abordan a lo largo en esta unidad.

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para los cual es necesario realizar las actividades programadas.

### Criterios de evaluación

- Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.
- Aplicación de los conceptos y de las ideas principales a las actividades programadas.
- Actividades bien estructuradas y fundamentadas.
- Expresión escrita y oral clara y coherente.

### Criterios de calificación

- Entrega de actividades en las que se demuestren el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (60%)
- Participación, con coherencia y rigor, en las actividades complementarias programadas (20%)
- Participación activa en las prácticas empresariales relacionadas con la asignatura (20%)

Para superar la unidad el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas. El tipo de prueba y la fecha se anunciarán en la plataforma online. Es recomendable que los estudiantes contacten con sus tutores antes de la fecha prevista.

## BIBLIOGRAFÍA

### Fundamentos de la Innovación

- Anthony S D, Sinfield J V et al. (2010). Guía del innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva. Harvard Deusto.
- Christensen C M (1999). El dilema de los innovadores. Ediciones Granica.
- Christensen C M y Bower J L (1995). Disruptive Technologies: Catching the Wave. Ediciones Granica. Harvard Business Review, enero-febrero.
- Cooper B y Vlaskovits P (2014). El Emprendedor Lean. Universidad Internacional de La Rioja Editorial.
- Eggers W D y Macmillan P (2014). La revolución de las soluciones. Editorial Lid.
- Furr N y Dyer J (2014). The Innovator's Method: Bringing the Lean Startup into Your Organization. Harvard Business Review Press.
- Naughton J (2015). From Gutenberg to Zuckerberg: Disruptive Innovation in the Age of the Internet. Quercus.
- Nixon N W (2015). Strategic Design: Applying Design Thinking to Innovation. Bloomsbury Academic.
- Osterwalder A y Clark T (2013). Tu modelo de negocio. Planeta.
- Paetz P (2014). Disruption by Design: How to Create Products that Disrupt and then Dominate Markets. Apress.
- Ries E (2012). El método Lean Startup. Harvard Deusto.
- Serrano Ortega M y Blázquez Ceballos P (2015). Design thinking: Lidera el presente. Crea el futuro. ESIC Editorial.

**Métodos de Innovación**

- Anthony S D, Sinfield J V et al. (2010). Guía del innovador para crecer: Cómo aplicar la innovación disruptiva. Harvard Deusto.
- Christensen C M (1999). El dilema de los innovadores. Ediciones Granica.
- Christensen C M y Bower J L (1995). Disruptive Technologies: Catching the Wave. Ediciones Granica. Harvard Business Review, enero-febrero.
- Cooper B y Vlaskovits P (2014). El Emprendedor Lean. Universidad Internacional de La Rioja
- Editorial.
- Eggers WD y Macmillan P (2014). La revolución de las soluciones. Editorial Lid.
- Furr N y Dyer J (2014). The Innovator's Method: Bringing the Lean Startup into Your Organization. Harvard Business Review Press.
- Naughton J (2015). From Gutenberg to Zuckerberg: Disruptive Innovation in the Age of the
- Internet. Quercus.
- Nixon N W (2015). Strategic Design: Applying Design Thinking to Innovation. Bloomsbury Academic.
- Osterwalder A y Clark T (2013). Tu modelo de negocio. Planeta.
- Paetz P (2014). Disruption by Design: How to Create Products that Disrupt and then Dominate Markets. Apress.
- Ries E (2012). El método Lean Startup. Harvard Deusto.
- Serrano Ortega M y Blázquez Ceballos P (2015). Design thinking: Lidera el presente. Crea el futuro. ESIC Editorial.

**POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)**

Las actividades relacionadas con la parte teórica que se realizan en la empresa de forma presencial se realizarían en remoto desde el domicilio del alumno como se realizan el resto de actividades de esta asignatura.



## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	TOMA DE DECISIONES	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
		A distancia
Profesor/a responsable	Adolfo Meléndez Alonso	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Adolfo Meléndez, Mercedes Díez Prados

### 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	175

### CONTENIDOS (Temario)

El objetivo de la asignatura es potenciar las habilidades de negociación y la asertividad. Se propone desarrollar el análisis y resolución de problemas, el pensamiento crítico, la comunicación, la iniciativa y la toma de decisiones. Los alumnos abordarán los siguientes temas:

**1. Toma de decisiones: cómo equivocarse menos**

- Objetivo: Mostrar que los fallos y errores pueden ser predecibles y, por ende, controlables.
- Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.
- Actividad de evaluación: Actividad experimental que les ayude a comprender cómo los sesgos y la heurística afectan al proceso de tomas decisiones.

**2. Negociación**

- Objetivo: Aprender a diseñar argumentos y formular estrategias para negociar en situaciones de escenarios “win-win”.
- Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de expertos y tutores.

Actividad de evaluación: Role-play para que los estudiantes apliquen las estrategias y dinámicas que

permiten alcanzar un acuerdo satisfactorio a ambas partes.

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para los cual es necesario realizar las actividades programadas.

### Criterios de evaluación

- Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.
- Aplicación de los conceptos y de las ideas principales a las actividades programadas.
- Actividades bien estructuradas y fundamentadas.
- Expresión escrita y oral clara y coherente.

### Criterios de calificación

- Entrega de actividades en las que se demuestren el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (60%)
- Participación, con coherencia y rigor, en las actividades complementarias programadas (20%)
- Participación activa en las prácticas empresariales relacionadas con la asignatura (20%)

Para superar la unidad el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas. El tipo de prueba y la fecha se anunciarán en la plataforma online. Es recomendable que los estudiantes contacten con sus tutores antes de la fecha prevista.

## BIBLIOGRAFÍA

### Cómo equivocarse menos

- Buchanan, L. & O'Connell, A. (2006). A Brief History of Decision Making. [online] Harvard Business Review, Enero.
- Elster, J. (1989). Ulises y las sirenas: estudios sobre racionalidad e irracionalidad. Fondo de Cultura Económica.
- Elster, J. (1991). Juicios Salomónicos: las limitaciones de la racionalidad como principio de decisión. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Harari, Y. N. (2017). Homo Deus: a Brief History of Tomorrow. London: Penguin Random House.
- Kahneman, D. (2015 [2011]). Pensar rápido, pensar despacio. Barcelona: Penguin Random House.
- Lebowitz, S. y Lee, S. (2015). 20 Cognitive Biases that Screw Up Your Decisions. [online] Business Insider, 26 de agosto.
- Maldonado, F. (2017). Inteligencia artificial y pensamiento mágico. [online] El País, 3 de abril.
- Suárez, E. (2015). 20 sesgos cognitivos que te hacen decidir peor. [online] Dispersium.
- Taleb, N. (2013 [2012]). Antifragil: las cosas que se benefician del desorden. Barcelona: Paidós.
- Thaler, R. & Sustain, C. (2008). Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness. London: Penguin Random House.

### Negociación

- Bercoff, M. A. (2005): El arte de la negociación: el Método Harvard en 10 preguntas. Deusto.
- Jandt, F. E. (1986): Ganar-ganar negociando. Cómo convertir el conflicto en acuerdo. CECSA.
- Malhotra, D.; Ku, G.; Murnighan, J. K. (2008): "When Winning Is Everything" en Harvard Business

Review.

- Mnookin, R; Peppet, S.; Tulumello, A. (2000): Beyond Winning: Negotiating to Create Value in Deals and Disputes. Harvard University Press.
- Siedel, G. (2015): Negociar, ruta hacia el éxito: Estrategias y habilidades esenciales. Paperback.
- Shell, G. R. (2006): Bargaining for Advantage—Negotiations Strategies for Reasonable People. Penguin Books.
- VV.AA. (2005): Técnicas de negociación, habilidades para negociar con éxito, ideas propias. Editorial Vigo.

**POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)**

Las actividades relacionadas con la parte teórica que se realizan en la empresa de forma presencial se realizarían en remoto desde el domicilio del alumno como se realizan el resto de actividades de esta asignatura.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	PENSAMIENTO EXPONENCIAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
		A distancia
Profesor/a responsable	Luis González Lorenzo	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Luis González Lorenzo, José Luis Lázaro Galilea

### 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	175

### CONTENIDOS (Temario)

Gran parte del futuro que visualizamos hoy depende del progreso exponencial de la tecnología de la información, ilustrada más popularmente por la Ley de Moore. Gracias a que los procesadores se reducen, las computadoras han pasado de monótonos monolitos del tamaño de una sala a los rápidos dispositivos que disfrutamos en nuestros bolsillos o en nuestras muñecas.

Mirando hacia atrás, este progreso acelerado es difícil de prever y además ha sido asombrosamente consistente durante más de cinco décadas. Pero, ¿cuánto tiempo continuará? Hace una década, los teléfonos inteligentes (tal como los conocemos según los estándares actuales) no existían. Tres décadas antes, nadie tenía siquiera un computador.

Muchos observadores notaron por primera vez esta aceleración con el advenimiento de los microchips modernos, pero como Ray Kurzweil escribió en su libro *The Singularity Is Near*, podemos encontrar una serie de tendencias inquietantemente similares en otras áreas también. De acuerdo con la ley de Kurzweil de rendimientos acelerados, el progreso tecnológico avanza a un ritmo exponencial, especialmente en las tecnologías de la información. Esto significa que las mejores herramientas de hoy nos ayudarán a construir herramientas aún mejores mañana, alimentando esta aceleración. Pero nuestros cerebros tienden a

anticipar el futuro de forma lineal en lugar de anticipadamente. Por lo tanto, los próximos años traerán tecnologías más potentes antes de lo que imaginamos.

Objetivo: En esta unidad de Pensamiento Exponencial veremos cómo estar preparados para estos cambios y cómo entender estos comportamientos para poder predecir los siguientes cambios.

Actividad de apoyo: conferencias online con la participación de expertos y tutores.

Actividad de evaluación: Para poner en práctica, lo aprendido durante esta unidad, el alumno debe escribir un relato partiendo del siguiente novum: «energía ilimitada y gratuita».

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para los cual es necesario realizar las actividades programadas.

### Criterios de evaluación

Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.

Aplicación de los conceptos y de las ideas principales a las actividades programadas.

Actividades bien estructuradas y fundamentadas.

Expresión escrita y oral clara y coherente.

### Criterios de calificación

Entrega de actividades en las que se demuestren el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (60%)

Participación, con coherencia y rigor, en las actividades complementarias programadas (20%)

Participación activa en las prácticas empresariales relacionadas con la asignatura (20%)

Para superar la unidad el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas. El tipo de prueba y la fecha se anunciarán en la plataforma online. Es recomendable que los estudiantes contacten con sus tutores antes de la fecha prevista.

## BIBLIOGRAFÍA

Diamandis, P. (2012). *Abundance: The Future Is Better Than You Think*.

Diamandis, P. (2015). *Bold: How to Go Big, Create Wealth, and Impact the World*.

Kurzweill, R. (1987). *La era de las máquinas inteligentes*

Kurzweill, R. (1993). *The 10% Solution for a Healthy Life*

Kurzweill, R. (1999). *La era de las máquinas espirituales, cuando los ordenadores superen la mente humana*.

Kurzweill, R. (2004). *Fantastic voyage: live enough to live for ever*.

Kurzweill, R. (2005). *La Singularidad está cerca*

Kurzweill, R. (2012). *Cómo crear una mente*

**POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)**

Las actividades relacionadas con la parte teórica que se realizan en la empresa de forma presencial se realizarían en remoto desde el domicilio del alumno como se realizan el resto de actividades de esta asignatura.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Formación Superior en Productividad y Desarrollo Personal (EP78)	
Nombre de la asignatura	PRÁCTICAS EN LA EMPRESA	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	30	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
		A distancia
Profesor/a responsable	Estefanía Canalejo Fuentes	
Idioma en el que se imparte	Español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Purificación Moscoso Castro, Silvia Molinero Alonso, Ana Martínez, Estefanía Canalejo, Paula Blanco, Sara García, Xavier Fernández.

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	210
Número de horas de trabajo personal del estudiante	540
Total horas	750

### CONTENIDOS (Temario)

Esta asignatura permite al alumno desarrollar la práctica de forma tutelada y conocer el funcionamiento del entorno empresarial, con el objetivo principal de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación e incorporar habilidades fundamentales para su crecimiento profesional en el contexto laboral actual.

A través de los objetivos del proyecto formativo, el alumno desarrollará las siguientes competencias:

- Calidad del trabajo
- Creatividad e iniciativa
- Comunicación
- Habilidades interpersonales
- Trabajo en equipo
- Aprendizaje
- Habilidades técnicas
- Organización y planificación
- Adaptación

- Pensamiento crítico

Como resultado de lo aprendido en la asignatura, el alumno:

- Tiene contacto con el mundo empresarial a través de una experiencia directa en un entorno pre-profesional.
- Aplica los conocimientos adquiridos en situaciones reales bajo la supervisión de un profesional especializado.
- Define el área de interés concretando la orientación de su futuro profesional.
- Se enfrenta a situaciones nuevas poniendo a prueba sus habilidades.

La evaluación del aprendizaje del alumno se realizará a través de tres instrumentos:

- Informes de seguimiento del alumno: el alumno registra su aprendizaje a través de cuatro informes, distribuidos en momentos concretos de su formación. En dichos informes, el alumno reflexiona sobre su día a día en la empresa, la relación tutorial, el equipo y el grado de consecución de las competencias desarrolladas en las prácticas.
  - Informe primer mes
  - Informe tercer mes
  - Informe sexto mes (solo en las prácticas de 12 meses)
  - Informe final
- Memoria de prácticas. Al finalizar la formación, el alumno reflexiona sobre su experiencia en las prácticas, incidiendo de manera especial en el impacto de la formación sobre su futuro profesional. Se plantean cinco preguntas relacionadas con:
  - La aplicación de la formación práctica en la empresa
  - Métodos y herramientas de resolución de problemas
  - El valor de la formación para la búsqueda de empleo
  - Cultura corporativa en el futuro profesional
- Informes de seguimiento del tutor empresarial: además de la realización de los informes de seguimiento de prácticas mencionados, los tutores empresariales también realizarán informes de aprovechamiento en los mismos periodos que los alumnos (excepto el del primer mes).

## EVALUACIÓN

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve un sistema de evaluación continua, la cual favorece una valoración integral del aprendizaje del alumno, a lo largo de un proceso concreto.

### Criterios de evaluación

- Exhaustividad en la argumentación de las preguntas de la memoria de prácticas.
- Calidad de análisis y reflexiones en la memoria de prácticas.
- Desempeño del estudiante en las tareas encomendadas en la empresa.
- Adquisición de las competencias recogidas en el proyecto formativo.

### Criterios de calificación

- Asistencia y participación activa en las prácticas (50%)
- Memoria de prácticas (20%)



- Informes del tutor (30%)

#### Funciones evaluadoras

El tutor de la asignatura de prácticas:

- Realiza el seguimiento de la relación tutorial: alumno-tutor empresarial
- Diseña los informes de seguimiento intermedios y final.
- Interviene en situaciones de detección de mejoras formativas y necesidades de aprendizaje.
- Colabora de forma conjunta con el tutor empresarial en la evaluación continua del alumno.
- Traslada la evaluación de los informes de seguimiento de los tutores empresariales
- Evalúa la memoria de prácticas

El tutor empresarial:

- Cumplimenta los informes de seguimiento (tercer mes/sextos mes/final).
- Elabora el proyecto formativo del alumno
- Valora y registra la asistencia y participación activa del alumno.
- Lleva a cabo la evaluación continua del alumno en la empresa.
- Da feedback al alumno sobre el desempeño y la consecución de los objetivos del proyecto formativo.
- Establece un seguimiento continuo junto con el tutor de la asignatura de prácticas.

Para superar la asignatura, el alumno debe alcanzar una nota igual o superior a 5 (en una escala de 10 puntos).

Los estudiantes que no superen la evaluación continua tendrán opción a una evaluación extraordinaria que consistirá en una prueba y/o actividades específicas diseñadas por el tutor de la asignatura. El tipo de prueba y la fecha se comunicarán individualmente al alumno.

Se revisarán aquellos casos en los que los criterios de evaluación establecidos no puedan aplicarse debido a la ausencia de alguno de los documentos que componen la nota de la asignatura de prácticas. En estos casos los criterios de evaluación preestablecidos podrán aplicarse de forma distinta a la que aquí se detalla.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alles, M. A. (2005) Desarrollo del Talento Humano Basado en Competencias. Ediciones Granica S. A.
- Bayón, M. F., Morón, A., Lucev, D., Aguilera, E., & Pérez, M. L. (2010). Coaching hoy: Teoría general del coaching. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Beyebach, M. y Herrero de la Vega, M. (2016). 200 Tareas en Terapia Breve. HERDER.
- Bou, J. F. (2013). Coaching Educativo. LID Editorial.
- Brack, J. y Kelly, K (2012) Maximizing Millennials in the workplace. UNC Kenan-Flagler Business School.
- Borel H., Galsworthy Reynolds M. E., Laozi, H. (2015). The Rhythm of Life: Based on the Philosophy of Lao-Tse
- Ellis, A. (2013) Better, Deeper And More Enduring Brief Therapy: The Rational Emotive Behavior Therapy Approach. Routledge
- Ford, H. (2017). My Life and Work. SBP Editors.
- Menéndez, J. L. (2011). Principios del Coaching. Nueva metodología para apoyar el éxito personal y profesional. BUBOK.

- Phelps, M.; Abrahamson, A. (2009). Sin límites: cómo superar los obstáculos y lograr tus sueños. Temas de Hoy.
- Salanova, M., Hontangas, P.M. y Peiró, J.M. (1996). Peiró y F. Prieto (eds). Tratado de Motivación laboral. En J.M. Psicología del Trabajo, Vol, 1.: la actividad laboral en su contexto (pp. 215-249). Madrid: Síntesis.
- Turienzo, R., & Sala, P. (2011). Gana la resiliencia. LID Editorial.
- Vélaz, R. J. I. (1996). Motivos y motivación en la empresa. Madrid, ES: Ediciones Díaz de Santos.

### POSIBLE ADAPTACIÓN CURRICULAR POR CAUSA DE FUERZA MAYOR (COVID-19, ETC.)

Dada la actual situación sanitaria y sus implicaciones en el ámbito educativo universitario, vemos necesario poner de manifiesto ciertas consideraciones de cara al desarrollo de la asignatura de prácticas en empresas.

Por una parte, la crisis sanitaria provocada por la COVID-19 ha motivado que el trabajo en remoto se convierta en la modalidad que ahora predomina en gran parte de las empresas de nuestro país, combinada en otras muchas con la modalidad presencial.

Por otra, la crisis económica derivada de la crisis sanitaria ha mermado las opciones de los jóvenes de acceder al mercado laboral, por lo que se hace más urgente que nunca ofrecer a los recién titulados opciones formativas que les hagan más y mejor “empleables”, estudios que les permitan desarrollar las habilidades que requieren las empresas.

No cabe duda de que los cambios en la metodología de trabajo en las empresas van a tener un reflejo en la era post-covid, por lo que la posibilidad de desarrollar las prácticas de forma remota ha de verse como una oportunidad de adquirir toda una serie de competencias fundamentales en el nuevo escenario que se perfila, tales como las relacionadas con la transformación tecnológica y los nuevos entornos en el ámbito laboral.

#### **Modalidad de impartición**

La modalidad en la que el alumno desarrolle la asignatura “Internship Placement in Company” estará condicionada al cumplimiento del proyecto formativo. Así, de acuerdo con los objetivos de aprendizaje, la naturaleza de la actividad y la forma de implementación se decidirá la modalidad formativa que más se adecue a sus necesidades y a los medios formativos.

De esta forma, se plantean tres posibles escenarios:

- Modalidad presencial
- Modalidad en remoto
- Modelo híbrido (presencial-remoto)

En todo caso, la empresa dispondrá de los medios y las herramientas necesarios para garantizar que se cumplirán los objetivos establecidos en el proyecto formativo sea cual sea la modalidad.

#### **Desarrollo**

Durante la realización de la asignatura “Internship Placement in Company” se seguirán las medidas de prevención establecidas por las empresas. La seguridad y el bienestar del alumno prevalecerá en las decisiones pertinentes al desarrollo de la asignatura.

#### **Evaluación**

La modalidad en la que el estudiante curse la asignatura no afecta a los criterios de evaluación y calificación. Dichos criterios están diseñados para poder aplicarse en cualquiera de los escenarios referidos.