

Estudio Propio: **MÁSTER EN PRODUCTIVIDAD Y DESARROLLO PERSONAL**

Código Plan de Estudios: **EÑ44**

Año Académico: **2020-2021**

<b>ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>							
CURSO	Obligatorios		Optativos		Prácticas Externas	Memoria/ Proyecto	Créditos
	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Créditos	
1º	49	7			35	6	90
2º							
3º							
<b>ECTS TOTALES</b>	49	7			35	6	90

<b>PROGRAMA TEMÁTICO:</b>				
<b>ASIGNATURAS OBLIGATORIAS</b>				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
703921	1	DESARROLLO PERSONAL	OB	7
703922	1	COMUNICACIÓN	OB	7
703923	1	PRODUCTIVIDAD	OB	7
703925	1	INNOVACIÓN	OB	7
703926	1	TOMA DE DECISIONES	OB	7
704935	1	PENSAMIENTO EXPONENCIAL	OB	7
705684	1	IDENTIDAD DIGITAL	OB	7
<b>PRÁCTICAS EXTERNAS</b>				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
704936	1	PRÁCTICAS EN LA EMPRESA	OB	35
<b>MEMORIA /PROYECTO/TRABAJO FIN DE MÁSTER</b>				
Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
705745	1	TRABAJO FIN DE MÁSTER	OB	6

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	DESARROLLO PERSONAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	7	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Purificación Moscoso Castro	
Idioma en el que se imparte	Español	

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	49
Número de horas de trabajo personal del estudiante	126
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 desarrollar la 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:

#### Liderazgo y motivación

Objetivo: Desarrollar una mentalidad colaborativa capaz de liderar y motivar para adaptarse de forma continua a los cambios.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

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.

#### 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: conferencia online con la participación de un experto.

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.

#### Diversidad intercultural

Objetivo: Mostrar cómo la buena gestión de la diversidad aporta beneficios a las personas y a las empresas.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

## 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

### Liderazgo y Motivación

Baxi M (2014). *New Age Leadership*. Ed: Jaico Publishing House.

Carnegie D (2008). *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*. Ed. Elipse

Covey S (1997). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*. Ed. Paidós, Barcelona.

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

Deloitte (2018). *Tendencias globales del capital humano*. Deloitte University Press.

El-Ghandouri L (2007). *Despido interior*. Barcelona, Alienta.

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

Kaplan R S y Norton D P (2014). *Mapas estratégicos: Convirtiendo los activos intangibles en resultados tangibles*. Ed: Planeta.

Muro P. (2003). *El pez que no quiso evolucionar*. Madrid: Prentice Hall.

PWC (2014). *Informe The Future of Work. A journey to 2022*.

Rock D, Siegel DJ, et al. (2012). "The healthy mind platter" en *Neuroleadership Journal* (vol.4).

Schuler R.S. (2012). *Human Resource Management*. UK: South Western Cengage Learning.

Stalman A (2014). *Brand Off On*. Barcelona, Planeta.

Watkins M (2013). *Los primeros 90 días*. Barcelona, Planeta.

### Desarrollo Personal

Acosta Vera JM (2009). *Gestión eficaz del tiempo y control del estrés*. Ed. ESIC. Madrid.

Alcántara (D 2014). 6 apps de productividad general, útiles para la gestión del tiempo en investigación. Blog Más tiempo para investigar de SACSIS.

- Barbero A (2013). Las siete leyes psicológicas del tiempo. Blog de Alberto Barbero.
- Baxi M (2014). New Age Leadership. Ed: Jaico Publishing House.
- Csikszentmihalyi M (2012). Aprender a fluir. Barcelona, Kairós.
- Deloitte (2014). Tendencias globales del capital humano. Deloitte University Press.
- Gardner H (2011). La inteligencia reformulada: Las inteligencias múltiples en el siglo XXI.. Barcelona, Paidós.
- Gonczy A (2004). "Enseñanza y aprendizaje de las competencias clave" en Investigación en Salud, vol. VI, núm. 1
- Kaplan R S y Norton D P (2014). Mapas estratégicos: Convirtiendo los activos intangibles en resultados tangibles. Ed: Planeta.
- Martínez I (2014). Marca profesional: cómo ser sobresaliente, relevante y diferente. Barcelona, Alienta.
- 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.

### **Diversidad Intercultural**

- Adeco (2013). Informe. Gestión de la diversidad en la empresa. Casos de éxito y difusión pública de buenas prácticas. Fundación Diversidad
- Browne J. (2014). The Glass closet, why coming out is good business.
- Earley C y Ang S. (2003). Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures.
- Earley C, Mosakowski E.(2004). La inteligencia cultural. Harvard Business Review (América Latina).
- Fundación Bertelsmann (2012). Gestión de la Diversidad Cultural en las Empresas.
- Hofstede G (1983). "Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values" en Administrative Science Quarterly 28 (4): 625–629.
- Huntington S P. (1996). The clash of civilizations and the remaking of world order.
- Inglehart R y Baker W E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. American Sociological Review.
- Inglehart R y Welzel C. (2005). Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence, New York: Cambridge University Press.
- Las Heras M, Yin-Teen L (2010): "Inteligencia Cultural para el líder del futuro" en Revista de antiguos alumnos, IESE No 19.
- Preston J. (2010). Culture Shock: The New Challenge in a Global World.
- Schoeffel V y Thompson P. (2007). Communication Interculturelle I, CINFO, Viena.
- UNESCO (2003). Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural.
- UNESCO (2009). Invertir en la Diversidad Cultural y el Diálogo Intercultural.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	COMUNICACIÓN	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	7	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Bárbara Retamal Fernández	
Idioma en el que se imparte	Español	

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	49
Número de horas de trabajo personal del estudiante	126
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:

#### Comunicación Efectiva

Objetivo: Abordar la necesidad de comunicar bien, haciendo uso de las estrategias y herramientas propias de cada medio.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

Actividad de evaluación: Forum de debate para detectar los principales errores que se cometen en la comunicación y propiciar el desarrollo de estrategias que ayuden a su solución.

#### 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: conferencia online con la participación de un experto.

Actividad de evaluación: role-play para ayudar a mejorar y fortalecer la marca personal de otro compañero o compañera del estudio.

#### Arte y siglo XXI

Objetivo: Mostrar como la confluencia del arte y las últimas tecnologías, abre nuevas puertas a la comunicación y a la expresión individual y colectiva en el siglo XXI.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

## 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

### **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

Citrin, J. M. (2003). Five Patterns/Extraordinary (Crown Business Briefings). Editorial Crown Publications.

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

Duarte, N. (2008). slide:ology: The Art and Science of Creating Great Presentations: The Art and Science of Presentation Design. Editorial O'Reilly Media

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

Kawasaki, G. (2011). El arte de cautivar: Cómo se cambian los corazones, las mentes y las acciones. Editorial Gestion 2000

Guber, P. (2011). Storytelling para el éxito: Conecta, persuade y triunfa gracias al poder oculto de las historias. Editorial Empresa Activa

Harvard Business Review (2013). HBR's 10 Must Reads on Communication. Editorial Perseus

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

Pink, D.H. (2002). *Free Agent Nation: How America's New Independent Workers are Transforming the Way We Live*. Editorial Little, Brown and Company

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.

### **Arte y Siglo XXI**

Barber, G. y Lafluf, M. (2015). *New Media Art ; un abordaje al videomapping*". Blucher Design Proceedings, volumen 2.

Barker, C.; Schleser, M. y Molga, K. (2014). *Aesthetics of mobile media art*. Journal of Media Practice, volumen 10.

Bauwens, M. (2014). *Network Society and Future Scenarios for a Collaborative Economy*. Palgrave Macmillan.

Bellido Gant, M. L. (2013) *Arte y museos del siglo XXI. Entre los nuevos ámbitos y las inserciones tecnológicas*. Editorial UOC.

Benjamin, W. (2012). *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica*. Ed. Godot.

Brea, J. L. (2009). *El net.art y la cultura que viene*. Universidad Nacional de Colombia.

Cuesta Martínez, J. y Sierra Sánchez, J. (2015). *Videojuegos: arte y narrativa audiovisual*. Editorial ESNE.

García Canclini, N.; Cruces, F. y Urteaga Castro, M. (2012). *Jóvenes, culturas urbanas y redes digitales*. Ariel.

Hidalgo Vásquez, X. P. (2011). *Videojuegos, un arte para la historia del arte*. Editorial de la Universidad de Granada.

Fossatti, M. y Gemetto, J. (2012). *Arte joven y cultura digital*. Ártica.

Martín Prada, J. (2012). *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	PRODUCTIVIDAD	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	7	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Bárbara Juan Martínez	
Idioma en el que se imparte	Español	

**DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)**

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	49
Número de horas de trabajo personal del estudiante	126
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:

**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: conferencia online con la participación de un experto.

Actividad de evaluación: Gestión de un proyecto utilizando en su preparación, organización y realización diferentes aplicaciones de trabajo remoto

**Metodologías Ágiles**

Objetivo: Explorar algunas técnicas de gestión de proyectos como Scrum, Kanban, 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 un experto.

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

**Futurismo**

Objetivo: Explorar y comprender la influencia que los avances tecnológicos tienen en la sociedad del siglo XXI y sus consecuencias en las estructuras socioeconómicas.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.



## 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

Allen, David. Organízate con eficacia. Ed. Empresa Activa

Auletta, Ken. 2009. El fin del mundo tal como lo conocíamos. Ed. Sol 90 Idea

Battelle, John. 2006. Cómo Google y sus rivales han revolucionado los mercados y transformado nuestra cultura. Ed. Urano.

Buzan, T. 2013. Cómo crear mapas mentales. Ed. Urano

Covey, Stephen R. Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Ed. Covey Leadership Center

Fore, Neil. Hazlo ahora: Supera la procrastinación y saca provecho al tiempo. Ed. Alienta Editorial

Forster, Mark. Do It Tomorrow. Ed. Hotter & Stoughton.

Girard, Bernard. 2007. El modelo Google. Una revolución de management. Ed. Granica

Lencioni, Patrick. Las cinco disyunciones de un equipo. Ed. Empresa Activa

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

### Metodologías Ágiles

Álvarez García A et al. (2012). Métodos Ágiles y Scrum. Anaya Multimedia.

Arbós L (2011). Volver a empezar. Lean Management. Barcelona, Profit Editorial.

Brechner E (2015). Agile Project Management with Kanban. Microsoft Press.

Bucero Torres A (2013). La dirección de proyectos. Ediciones Díaz de Santos.

Fowler M (2008). Agile vs Lean. Blog: Martin Fowler.

Garzás J (2015). Kanban para la gestión de proyectos. Blog: Javier Garzás.

Mann D (2014). Creating a Lean Culture. Florida, Taylor & Francis Group.

Sutherland J (2014). Scrum: The Art of Doing Twice the Work in Half the Time. Nueva York, Doubleday.

Sutherland J (2015). Scrum: El nuevo y revolucionario modelo organizativo que cambiará tu vida. Barcelona, Planeta.

Womack J y Jones D (2007). Soluciones Lean: Cómo pueden las empresas y los consumidores crear valor y riqueza conjuntamente. Barcelona, Gestión 2000.

Womack J y Jones D (2013). Lean Thinking: Cómo utilizar el pensamiento Lean para eliminar los despilfarros y crear valor en la empresa. Barcelona, Planeta.

### **Futurismo**

Bostrom, N. (2014). Superintelligence: Paths, Dangers, Strategies. Ed. Oxford University Press.

Brynjolfsson, E. y McAfee, A. (2014). The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies. Ed. W. W. Norton.

Brynjolfsson, E. y McAfee, A. (2013). La carrera contra la máquina. Ed. Antoni Bosch.

CEA (2011). El libro blanco de la robótica en España: Investigación, tecnologías y formación. Ed. CEA – GTRob.

Cortina, A. y Serra, MA. (2016). Humanidad. Desafíos éticos de las tecnologías emergentes. Ediciones Internacionales Universitarias

Ford, M. (2016). El auge de los robots. La tecnología y la amenaza de un futuro sin empleo. Ed. Paidós.

Hanson, R. (2016). The Age of Em. Ed. Oxford University Press.

Hanson, R. (2009). The Lights in the Tunnel. Ed. Acculant .

Kurzweil, R. (2012). How to Create a Mind. Ed. Penguin.

Kurzweil, R. (2005). The Singularity Is Near. Ed. Penguin.

Lanier, J. (2014). Who Owns the Future? Ed. Simon and Schuster.

Pistono. F. (2013). Los robots robarán tu empleo pero está bien. Ed. Federico Pistono.

Vance, Ashlee. (2015). Elon Musk. Tesla, SpaceX, and the Quest for a Fantastic Future. Ed. Harper Collins Publishers.

World Economic Forum (2016). The Future of Jobs. Ed. WEF

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	IDENTIDAD DIGITAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	7	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Bárbara Retamal Fernández	
Idioma en el que se imparte	Español	

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	49
Número de horas de trabajo personal del estudiante	126
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:

#### **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: conferencia online con la participación de un experto.

Actividad de evaluación: Realización de un role-play en equipos que propicie estudiar las dinámicas de captación de audiencias a través del transmedia storytelling y la medición del impacto de los mensajes

#### **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: conferencia online con la participación de un experto.

Actividad de evaluación: Desarrollo un plan de marketing digital, con la propuesta de estrategias que debería seguir una empresa para darse a conocer en un nuevo mercado

#### **e-Sports**

Objetivo: Analizar las estrategias de marketing digital que utiliza esta industria emergente para propiciar el crecimiento exponencial de su audiencia.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

## 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

### 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.

Martínez-Rodrigo, E. y Raya-González, P. (2015). Comunicación e interactividad. Ed. ACCI.

Pratten, R. (2011). Getting Started in Transmedia Storytelling. Ed. CreateSpace Independent Publishing Platform.

Propp, V. (2000). Morfología del cuento. Ed. Fudamentos.

Rippl, G. (2015). Handbook of Intermediality: Literature, Image, Sound and Music. Ed. Walter de Gruyter.

Scolari, C. A. (2013). Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan. Ed. Deusto.

Scolari, C. A. (2015). Ecología de los medios. Ed. Gedisa.

### 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.). *Growththink's Ultimate Marketing Plan*. Growththink.  
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.). *Seduca a tus usuarios con Inbound Marketing*. Publicado por Socialmood en 40defiebre.com.  
Vértice (2008). *La publicidad aplicada a la pequeña y mediana empresa*. Editorial Vértice.

### **e-Sports**

Álvarez Nobell A, Beerli Palacio A et al. (2014). *Publicidad 360º*. Ediciones Universidad San Jorge. Arena Media  
(2016). *e-Sports REPORT*  
Chanson, R. (2017). *eSports. Todo lo que necesitas saber, de League of Legends al FIFA*. Editorial Minotauro  
Fernández Guillen, A. (2012). *Esports-Deportes Electrónicos*. Version Kindle  
Gherardi, G E (2015). *Marketing Digital*. Editorial Vértice.  
González F (2014). *Reinventing the Company in the Digital Age*. BBVA OpenMind.  
Maqueda Lafuente F J (2010). *Marketing, innovación y nuevos negocios*. ESIC Editorial.  
Mootee, I. (2011). *The new 4 P's for Marketing*  
Gurpegui, C. G. (2017). *El soñador de Providence. El legado literario de H. P. Lovecraft y su presencia en los videojuegos*. Editorial Heroes de Papel  
Keller, C. (2015). *Games as a Service: A Digestible Guide to the New Gaming*  
Newzoo (2017). *2017 Global Esports Market Report*  
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.). *Seduca a tus usuarios con Inbound Marketing*. Publicado por Socialmood en 40defiebre.com.  
SuperData (2017). *Esports Market Report. Courtside-Playmakers of 2017*

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	INNOVACIÓN	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	7	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Luis González Lorenzo	
Idioma en el que se imparte	Español	

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	49
Número de horas de trabajo personal del estudiante	126
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:

#### 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: conferencia online con la participación de un experto.

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 en esta unidad.

#### 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: conferencia online con la participación de un experto.

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.

#### Smart Cities

Objetivo: Estudio de los retos y desafíos de innovación que plantea el creciente proceso de urbanización en el que nos hayamos inmersos.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

## 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.

### Smart Cities

Bouskela, M.; Casseb, M.; Bassi, S.; De Luca, C.; Facchina, M. (). La ruta hacia las Smart Cities: Migrando de una gestión tradicional a la ciudad inteligente. Editorial BID

Brand, Stewart. 1995. How Buildings Learn: What Happens After They're Built. Ed. Penguin Books

Colado García, S. (2013). Smart Cities hacia la gestión inteligente. Editorial Marcombo

Fundación Telefónica. 2011. Smart Cities: un primer paso hacia la internet de las cosas. Edición: Fundación Telefónica y Editorial Ariel,

Glaesser, Edward. 2011. El triunfo de las ciudades. Editorial Tauros. España

Goldsmith, Stephen. 2014. The Responsive City: Engaging Communities Through Data-Smart Governance. Ed. Jossey-Bass

IDAE. 2007. Guía Práctica para la elaboración e implantación de Planes de Movilidad Urbana. Ed. IDAE

IDAE. 2012. Mapa Tecnológico Ciudades Inteligentes. Observatorio Tecnológico de la Energía. Edición: IDAE.

IDC. 2011. Análisis de las Ciudades Inteligentes de España. Edición: IDC,

Le Corbusier. 2003. La Ciudad del Futuro. Ediciones Infinito

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente. 2016. Banco Público de Indicadores Ambientales (BPIA)

Mitchell, William. 1999. E-topia. Ed. MIT Press

Ontiveros, E.; Vizcaíno, D.; López Sabater, V. (2017). Las ciudades del futuro: inteligentes, digitales y sostenibles. Editorial Ariel / Telefónica.

Ren21 (2015). Reporte de la situación mundial de energías renovables. Ed. Ren21

Rivero, M. del (2018). Smart Cities. Una visión para el ciudadano. Editorial LID Editorial Empresarial

Townsend, A. M. (2014). Smart Cities: Big Data, Civic Hackers, and the Quest for a New Utopia. Editorial Ww Norton & Co

Vidal Tejedor, N. (2015). Smart City, las ciudades inteligentes del futuro. Editorial UOC



## GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	TOMA DE DECISIONES	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	7	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Adolfo Meléndez Alonso	
Idioma en el que se imparte	Español	

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	49
Número de horas de trabajo personal del estudiante	126
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:

#### **Toma de decisiones: cómo equivocarse menos**

Objetivo: Mostrar que los fallos y errores pueden ser predecibles y, por ende, controlables.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

Actividad de evaluación: Actividad experimental que les ayude a comprender cómo los sesgos y la heurística afectan al proceso de tomas decisiones.

#### **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 un experto.

Actividad de evaluación: Role-play para que los estudiantes apliquen las estrategias y dinámicas que permiten alcanzar un acuerdo satisfactorio a ambas partes.

#### **Inteligencia colectiva**

Objetivo: Mostrar cómo la inteligencia colectiva es un fenómeno inherente a la Era digital, que emerge en grupos que han sido capaces de desarrollar y dar vida a conductas colaborativas.

Actividad de apoyo: conferencia online con la participación de un experto.

## 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.

### **Inteligencia Colectiva**

Alonso, E. (2015). *El Nuevo Leviatán. Una Historia política de la Red*. Díaz Pons.

Alonso, E. (2013). *La Quimera de usuario. Resistencia y exclusión en la Era digital*. Abada Editores.

Asuaga, J. L. (2001). *El collar del neandertal*. Random House Mondadori.

Bey, H. (2009). *TAZ. La zona temporalmente autónoma*. Sindominio.

Carr, N. (2008). "Is Google Making Us Stupid? What the Internet is doing to our brains" en *The Atlantic*, Agosto.

Floridi, L. (2016). "Hiperhistoria, el surgimiento de sistemas de multiagentes (SMAs) y el diseño de la infraética", en las Jornadas sobre Inteligencia Artificial y sociedad contemporánea. Universidad de A Coruña. 10 de marzo de 2016.

Gill, Z. (2012). "User -Driven Collaborative Intelligence Social Networks as Crowdsourcing Ecosystems" en CHI EA '12 CHI '12 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems.

Kurzweil, R. (2005). *The Singularity is Near: When Humans Transcend Biology*. Penguin.

Levy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Universidad de la Habana (edición española).

Raymond, E.S. (2009). *La Catedral y el Bazar*. Sindominio.

Surowiecki, J. (2005). *The Wisdom of crowds. Why the Many are smarter than the Few*. Anchor Books.

Tapscott, D. & Williams, A.D. (2008). *How Mass Colaboration Changes Everything*. Penguin Group.

Winner, L. (2008). *La Ballena y el Reactor*. Gedisa.

GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	PENSAMIENTO EXPONENCIAL	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	7	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Luis González Lorenzo	
Idioma en el que se imparte	Español	

**DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)**

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	49
Número de horas de trabajo personal del estudiante	126
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.

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

## 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*

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	PRÁCTICAS EN LA EMPRESA	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	35	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial
		Semipresencial
		On-line
Profesor responsable	Estefanía Canalejo Fuentes	
Idioma en el que se imparte	Español	

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	245
Número de horas de trabajo personal del estudiante	630
Total horas	875

### 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, como: capacidad de análisis, capacidad de organización y planificación, resolución de problemas, toma de decisiones, capacidad para la comunicación interpersonal, capacidad para trabajar en equipo con otros profesionales, autocrítica, creatividad, iniciativa, compromiso ético y capacidad de adaptación.

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

Tiene contacto con el mundo empresarial

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.

Estos resultados quedan materializados en las actividades que el alumno deberá realizar cuando se aproxime la fecha de finalización de la práctica. Dichas actividades dan, además, el espacio necesario para su autoconocimiento y crecimiento personal; facilitando el aprendizaje significativo de la experiencia, mediante un primer acercamiento al coaching y a la psicología, y ofreciéndole la oportunidad de definir acciones propias con las que lograr sus metas profesionales y personales.

#### Desarrollo de competencias.

Objetivo: aprender a analizar competencias y valores, descubrir límites en el aprendizaje, analizar la relación entre expectativas y experiencia, alcanzar un buen nivel de desarrollo de competencias mediante un plan de acción específico.

Actividad de apoyo: video de experta en coaching ejecutivo y de equipos en relación con herramienta de coaching "la rueda de la vida"

Actividad de evaluación: actividad experiencial en relación con la aplicación personal de la herramienta propuesta.

### **2. Análisis de identidad pública.**

Objetivo: contrastar la percepción interna del “yo” con la imagen externa. Comparar actitudes y comportamientos entre sistemas.

Actividad de apoyo: video de experto en coaching ejecutivo y de equipos en relación con herramienta de psicología cognitiva: “ventana de Johari”.

Actividad de evaluación: actividad experiencial en relación con la aplicación personal de la herramienta propuesta.

### **3. Visualización de objetivos.**

Objetivo: análisis de motivaciones. Planificación de estrategias para conseguir metas

Actividad de apoyo: video de experto en coaching ejecutivo y de equipos en relación con herramienta de psicoterapia breve centrada en soluciones: “pregunta milagro”

Actividad de evaluación: actividad experiencial en relación con la aplicación personal de la herramienta propuesta.

## **EVALUACIÓN**

La metodología de enseñanza-aprendizaje seguida promueve **un sistema de evaluación continua**, para lo cual es necesario realizar cada una de 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.

Calidad de análisis y reflexiones.

Actividades bien estructuradas y fundamentadas.

Expresión escrita y oral clara y coherente.

### **Criterios de calificación**

Participación activa en las prácticas empresariales relacionada con la asignatura (60%)

Entrega de actividades en las que se demuestre el dominio y aplicación de conocimientos conceptuales estudiados en la asignatura (30%)

Informes del tutor de la empresa en la que se desarrollan las prácticas (10%)

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**

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.



**GUÍA DOCENTE**

Año académico	2020-2021	
Estudio	Máster en Productividad y Desarrollo Personal (EÑ44)	
Nombre de la asignatura	TRABAJO FIN DE MÁSTER	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
	X	On-line
Profesor responsable	Purificación Moscoso Castro, Mercedes Díez Prados, Alejandro Iborra Cuellar, José Luis Lázaro Galilea, Adolfo Meléndez Alonso, Luis González Lorenzo, Bárbara Retamal, Bárbara Juan Martínez	
Idioma en el que se imparte	Español	

**DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)**

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

**CONTENIDOS (Temario)**

El TFM (e-Portafolio) supone la realización por parte del estudiante de un proyecto, memoria o estudio, en el que deberán aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos en el seno del Máster y será elaborado de forma individual por cada estudiante.

Se realizará bajo la supervisión de un Tutor académico, quien será el responsable de exponer al estudiante las características del TFM (e-Portafolio), de asistir y orientarlo en su desarrollo, de velar por el cumplimiento de los objetivos fijados, de valorarlo en tiempo y forma, y de autorizar su presentación.

**Objetivo**

Realizar un análisis de un tema seleccionado por el alumno o alumna, en el cual deben profundizar y realizar una presentación concisa y directa.

**Competencias a desarrollar**

Análisis y resolución de problemas, Planificación y organización, Capacidad de comunicación verbal y no verbal, Flexibilidad, Asertividad, Gestión del tiempo.

**Etapas**

Se realiza a lo largo de toda la formación, con tres entregas programadas:

**Primera entrega**

A los tres meses de iniciada la formación académica, presentan un video que en menos de un minuto de duración y aplicando la metodología de Elevator Pitch, describe y sustentan el tema que han propuesto.

**Segunda entrega**

A los 5 meses de formación académica aportan un video de menos de dos minutos de duración en el que se describen los avances de la investigación.

**Tercera entrega.**

En el séptimo mes de formación presentan un video que en menos de 7 minutos de duración analiza el resultado del trabajo, aplicando un formato Pecha Kucha (contar y expresar sus ideas en 20 diapositivas de 20 segundos cada una). Se acompaña de un memoria descriptiva del trabajo

Durante todo este periodo los alumnos deben realizar publicaciones sistemáticas en su sección dedicada al TFM.

**EVALUACIÓN**

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

**Criterios de evaluación**

Originalidad

Acotación del objeto de estudio.

Dominio de los conocimientos teóricos y prácticos.

Conocimiento y utilización correcta de la bibliografía pertinente.

Metodología adecuada al problema planteado.

Desarrollo argumental empleado para la obtención de los resultados y conclusiones.

Aportación al campo de conocimiento.

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 (70%)

Participación activa en las prácticas empresariales relacionada con la asignatura (30%)

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

**BIBLIOGRAFÍA**

Baelo Álvarez, M. (2010). El arte de presentar trabajos académicos ante un tribunal. Guía práctica para estudiantes universitarios. Editorial Círculo Rojo

Bizcarrondo, G. (2010). Escribir y editar: guía práctica para la redacción y edición de textos. Editorial Universidad de Deusto.

Bustínduy, Iñaki (2013). Presentaciones efectivas: técnicas para la exposición oral de trabajos y proyectos académicos. Editorial Universitat Oberta de Catalunya.

Caro, M.T. (2015). Guía de trabajos fin de grado en educación. Editorial Pirámide.

Castelló, M. (Ed.). (2007). Escribir y comunicarse en contextos científicos y académicos: conocimientos y estrategias. Editorial Graó.

García Sanz, M. P.; Martínez Clares, P. (2013). Guía práctica para la realización de trabajos Fin de Grado y trabajos Fin de Master. Editorial Universidad de Murcia

Mirón J.A. (Ed.). (2013). Guía para la elaboración de trabajos científicos: grado, máster y postgrado. Editorial Gráficas Lope.