

Estudio Propio: **MÁSTER EN MANAGEMENT DEVELOPMENT (EXECUTIVE)**

Código Plan de Estudios: **EQ32**

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	54	7				6	60
2º							
3º							
<b>ECTS TOTALES</b>	<b>54</b>	<b>7</b>				<b>10</b>	<b>60</b>

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

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	ESPAÑOL APLICADO A LOS NEGOCIOS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	12	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input type="checkbox"/>	On-line
	<input checked="" type="checkbox"/>	A distancia
Profesor/a responsable	Sonia Adeva	
Idioma en el que se imparte	Español con apoyo en inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Laura de Mingo y Sonia Adeva

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

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

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

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

Comprender conceptos fundamentales y manejar la terminología básica del mundo de la Empresa  
Elaborar textos orales y escritos de diferente tipo en español de los negocios.  
Entender los procedimientos de la creación de una empresa en el sistema económico español.

**EVALUACIÓN**

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

**BIBLIOGRAFÍA**

Material entregado y recomendado por los docentes

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

No precisa de adaptación

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	BUSINESS MANAGEMENT	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
		On-line
	X	A distancia
Profesor/a responsable	María Sarabia	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

María Sarabia

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

Concepto de empresa  
Valor  
Técnicas de gestión  
Marketing

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

Análisis y pensamiento económico empresarial  
Manejar magnitudes empresariales  
Conocer el funcionamiento de una empresa

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

**BIBLIOGRAFÍA**

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

Material entregado y recomendado por los docentes

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

No precisa de adaptación

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	LEADERSHIP	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input type="checkbox"/>	On-line
	<input checked="" type="checkbox"/>	A distancia
Profesor/a responsable	Alba Yela	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Rafael Castaño/ Alba Yela

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

Liderazgo  
Trabajo en equipo  
Motivación  
Gestión del tiempo

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

Conocer los elementos de motivación  
Introducirse en la gestión d desarrollo del personal  
Saber cómo gestionar personas

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

**BIBLIOGRAFÍA**

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

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

No precisa de adaptación

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	MARKETING MANAGEMENT	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input type="checkbox"/>	On-line
	<input checked="" type="checkbox"/>	A distancia
Profesor/a responsable	Cristina Blanco	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Cristina Blanco

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

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

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

Conocer cómo llegar al mercado  
Introducirse en la gestión del marketing  
Saber cómo conocer el mercado



**EVALUACIÓN**

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

**BIBLIOGRAFÍA****Dirección de Marketing**

Philip Kotler, Prentice Hall, 2000

**The new rules of Marketing and PR**

David Meerman Scott, John Wiley and Sons, 2010

**El management del Siglo XXI**

Peter Drucker, Edhasa, 1999

**Strategic marketing management**

Alexander Chernev, John Wiley and Sons, 2007

**Kellogg on Marketing**

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

**Cómo crear un plan de marketing**

John Westwood, GEDISA, 2001

**El plan de marketing en la PYME**

José María de Sainz de Vicuña, ESIC Editorial, 2010

**Fundamentos del marketing**

David Jobber, McGraw-Hill, 2007

Material entregado y recomendado por los docentes

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

No precisa de adaptación

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	HR MANAGEMENT	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	9	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input type="checkbox"/>	On-line
	<input checked="" type="checkbox"/>	A distancia
Profesor/a responsable	Rafael Castaño	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Rafael Castaño/ Alba Yela

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

Introducción a los RRHH  
Selección y gestión retributiva  
Desarrollo profesional

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

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

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

#### BIBLIOGRAFÍA

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

Material entregado y recomendado por los docentes

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

No precisa de adaptación

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	INTERNATIONAL FINANCE	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)		Presencial
		Semipresencial
		On-line
	X	A distancia
Profesor/a responsable	José Luis Crespo	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

José Luis Crespo

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

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

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

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

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

**BIBLIOGRAFÍA**

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

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

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

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

Material entregado y recomendado por los docentes

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

No precisa de adaptación

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2021-2022	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	DIGITAL TRANSFORMATION	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	9	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input type="checkbox"/>	On-line
	<input checked="" type="checkbox"/>	A distancia
Profesor/a responsable	Antonio de Lucas	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Antonio de Lucas

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

Economía digital  
Comunicación interna y estrena  
Redes sociales

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

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

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen/trabajo

**BIBLIOGRAFÍA**

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

Material entregado y recomendado por los docentes

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

No precisa de adaptación

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2019-2020	
Estudio	Master in Management Development (Executive) (EQ32)	
Nombre de la asignatura	MASTER THESIS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	OB	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	6	
Modalidad (elegir una opción)	<input type="checkbox"/>	Presencial
	<input type="checkbox"/>	Semipresencial
	<input type="checkbox"/>	On-line
	<input checked="" type="checkbox"/>	A distancia
Profesor/a responsable	M <sup>a</sup> Teresa del Val Núñez	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Rafael Castaño Sánchez  
Alba Yela Aránega  
María Sarabia Alegría  
Fernando Javier Crecente Romero  
José Luis Crespo Espert  
Sonia Adeva  
Laura de Mingo  
Antonio de Lucas  
M<sup>a</sup> Teresa del Val Núñez

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

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

### CONTENIDOS (Temario)

Realizar un plan de negocios o un análisis del entorno

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

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



**EVALUACIÓN**

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

**BIBLIOGRAFÍA**

Material entregado y recomendado por los docentes

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

No precisa de adaptación