Universidad Politécnica de Cartagena | Campus de Excelencia Internacional

Guía docente

GESTIÓN EMPRESARIAL

Curso 2024-2025

ENAE TECH BUSINESS SCHOOL

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE AGRONEGOCIOS

ENAE-TECH

Universidad Politécnica de Cartagena | Campus de Excelencia Internacional

1. Descripción general

Nombre	GESTIÓN EMPRESARIAL
Código	248101012
Carácter	Obligatoria
ECTS	9
Unidad temporal	Anual 1
Unidad temporal	Curso 1º - Anual
Menciones / especialidades	
Idioma en la que se imparte	Castellano/Inglés
Modalidad de impartición	Presencial/Semipresencial/Virtual
Descripción	El curso de Gestión Empresarial introduce a los participantes en el ámbito general de la empresa, adquiriendo conocimientos de las diferentes áreas de la misma, como son la Dirección de Marketing o la gestión de los Recursos Humanos. Partiendo de la premisa de que la empresa es un todo y no eslabones sueltos independientes, el conocer, y más importante, el comprender el trabajo de los otros departamentos, resulta imprescindible a la hora del buen funcionamiento y desarrollo de toda organización. Además de las áreas que conforman la empresa, los participantes adquirirán los principales conocimientos sobre Dirección Estratégica, uno de los motores imprescindibles dentro de la organización y el que marca el rumbo a seguir de todas las compañías. Otro de los aspectos fundamentales que también se tratarán en el curso de Gestión Empresarial son las Habilidades Directivas. Nos rodeamos de personas, y, por tanto, el desarrollo de aspectos como el liderazgo o la motivación, así como aprender técnicas y herramientas para mejorar la comunicación o el trabajo en equipo, son imprescindibles en nuestro día a día.

2. Datos del profesorado

Nombre y apellidos	FERNANDO GIMENO ARIAS
Área de conocimiento	Organización de Empresas
Titulación	LICENCIADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES Y DOCTOR EN MARKETING
Categoría profesional	Propia

Nombre y apellidos	MILAGROS DE TORRES FERNÁNDEZ
Área de conocimiento	Organización de Empresas
Titulación	LICENCIADA EN FILOLOGÍA HISPÁNICA Y DOCTORA EN SOCIOLÓGIA DE LA COMUNICACIÓN
Categoría profesional	Propia

Nombre y apellidos	SILVIA ALCARAZ ANDREU
Área de conocimiento	Organización de Empresas
Titulación	LICENCIADA Y DOCTORA EN PSICOLOGÍA
Categoría profesional	Propia

Nombre y apellidos	JOSÉ ANTONIO RODERO RODERO
Área de conocimiento	Organización de Empresas
Titulación	DOCTOR EN INFORMÁTICA
Categoría profesional	Propia

3. Competencias y resultados del aprendizaje

3.1. Competencias básicas del plan de estudios asociadas a la asignatura

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

3.2. Competencias generales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CG1 - Identificar y resolver retos y problemas usuales de la dirección de empresas agroindustriales.

3.3. Competencias específicas del plan de estudios asociadas a la asignatura

CE12 - Analizar el impacto que el plan estratégico y de marketing tienen en la estrategia de la empresa.

3.4. Competencias transversales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CT3 - Aprender de forma autónoma.

3.5. Resultados del aprendizaje de la asignatura

1. Aplicar la comunicación oral a un contexto de conflicto, para encontrar soluciones negociadas al mismo.

2. Organizar reuniones eficaces y enfocadas a objetivos

3. Seleccionar las decisiones empresariales que determinan el posicionamiento de una empresa y pueden modificar la presencia y penetración en un mercado mediante el desarrollo de las estrategias de marketing.

4. Interpretar las decisiones de los elementos del mix de marketing a través de la gestión del plan táctico de marketing.

5. Manejar los principales conceptos relacionados con la estrategia empresarial así como conocer el proceso estratégico.

6. Manejar los principales conceptos relacionados con la dirección y gestión de recursos humanos aplicadas.

7. Describir las principales técnicas de Recursos Humanos así como las habilidades directivas fundamentales para la relación con personas: motivación, liderazgo, trabajo en equipo y comunicación.

8.Planificar y ejecutar la actividad no presencial y construir significados con un enfoque profundo, tanto en modalidades de enseñanza-aprendizaje convencionales como no convencionales.

4. Contenidos

Contenidos del plan de estudios asociados a la asignatura

Dirección Estratégica

- Conceptos relacionados con la estrategia
- Análisis sectorial
- El proceso estratégico
- Introducción a la innovación para el posicionamiento estratégico

Habilidades Directivas

- Liderazgo
- Gestión de Equipos
- Comunicación
- La motivación
- Dirección de Reuniones

Dirección de Marketing

- El plan de marketing
- Decisiones en marketing mix
- Desarrollo y evaluación del plan

Dirección de RRHH

- La función de dirección de personas y gestión de recursos humanos
- Principales técnicas de gestión recursos humanos
- El comportamiento humano

La distribución de créditos es la siguiente: 6 créditos en el primer cuatrimestre y 3 en el segundo.

5. Actividades formativas

5.1 Actividades formativas Modalidad PRESENCIAL	Horas	Presencialidad
AF1: Exposición Teórica / Clase Magistral	45	100%
AF2: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudios de Casos. Exposición y Discusión de Trabajos	30	100%
AF3. Trabajo autónomo del estudiante (Estudio del material, lectura del material de apoyo, visionado de vídeos, realización de casos prácticos, etc.)	144	0%
AF4. Tutorías individualizadas o en grupo.	6	0%
AF5: Foros de opinión.	0	0%
AF6. Prácticas en empresas	0	0%
5.2 Actividades formativas Modalidad SEMIPRESENCIAL	**Horas**	**Presencialidad**
AF1: Exposición Teórica / Clase Magistral	20	100%
AF2: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudios de Casos. Exposición y Discusión de Trabajos	12	100%
AF3. Trabajo autónomo del estudiante. (Estudio del material, lectura del material de apoyo, visionado de vídeos, realización de casos prácticos, etc.)	181	0%
AF4. Tutorías individualizadas o en grupo.	6	0%
AF5: Foros de opinión.	6	0%
AF6. Prácticas en empresas	0	0%
5.3 Actividades formativas Modalidad VIRTUAL	**Horas**	**Presencialidad**
AF1: Exposición Teórica / Clase Magistral	20	0%

AF2: Seminarios / Aprendizaje orientado a proyectos / Estudios de Casos. Exposición y Discusión de Trabajos	12	0%
AF3. Trabajo autónomo del estudiante. (Estudio del material, lectura del material de apoyo, visionado de vídeos, realización de casos prácticos, etc.)	181	0%
AF4. Tutorías individualizadas o en grupo.	6	0%
AF5: Foros de opinión.	6	0%
AF6. Prácticas en empresas	0	0%

6. Metodologías Docentes

Metodologías Docentes
MD1. Actividades de clase expositiva. Sesiones presenciales, en el aula o a través de videoconferencias, donde el profesor presentará el contenido de la materia utilizando los recursos docentes disponibles. **MD2**. Realización de clases prácticas que realizará el profesor en el aula o de forma virtual, donde las actividades requerirán la participación activa de los alumnos como elaboración y presentación de informes, resolución de casos, etc. **MD3.** Aprendizaje autónomo dirigido. El profesor propondrá cuestiones teórico prácticas que el alumno deberá resolver con la bibliografía y el material recomendado para ser posteriormente analizadas. **MD4.** Tutorías individualizadas o en grupo. Sesiones de intercambio individual o en grupo para guiar al estudiante en la realización de la materia.

7. Sistema de evaluación

Sistema de Evaluación	
Descripción	**Ponderación**
SE1: Participación y aportaciones a discusiones teóricas y casos prácticos realizados en clase de manera individual o en grupo.	**20%**

SE2: Pruebas escritas (Exámenes). Pruebas objetivas, de desarrollo, de respuesta corta, de ejecución de tareas, de escala de actitudes, realizadas por los alumnos para mostrar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos.	**40%**
SE3: Informes escritos, trabajos, casos prácticos, caso final, etc.	**40%**

Observaciones:

- No es recuperable el S1.
- Se guardará nota del S3 en el caso de no superar la asignatura en primer cuatrimestre si supera el 5.

8. Bibliografía y recursos

8.1. Bibliografía básica

Grant, Robert M. (1995). Dirección Estratégica: conceptos, técnicas y aplicaciones. Civitas, Madrid.

Hamel, Gary (2000). Liderando la revolución. Gestión 2000, Barcelona.

Porter, Michael E. (2003). Ser Competitivo. Ediciones Deusto. Barcelona.

Ohmae, Kenichi (2004). La mente del estratega. McGraw-Hill. Madrid.

Kim, W. Chan y Mauborgne, Renée (2005). La estrategia del océano azul. Ed. Granica. Barcelona.

Kotler, P. y Trias de Bes, F. (2004). Marketing Lateral. Pearson Prentice Hall. Madrid.

“Dirección de Marketing” Kotler, Philip – Edit. Pearson Prentice Hall

“Marketing Estratégico” Lambin, Jean-Jacques – Edit. McGraw-Hill

“Engagement marketing” Muñoz, Pablo / Martí, José - Pearson.educación.com

“El Plan de Marketing, paso a paso” Cutropía, Carlo - Ediciones ESIC

“Herramientas de marketing”. Las 10 estrategias para triunfar *Harvard Business Essentials - Ed. Deusto*

“Gestión en tiempos de crisis” Fernández-Aceytuno, Juan - Ediciones Deusto

"Posicionamiento". Ries, Al; Trout, Jack - Ed.: McGraw-Hill

"Generación Einstein". Más listos, más rápidos y más sociables *Boschma, Jeroen - Ed. Deusto*

"El reinado de las marcas". Cómo sobreviven y prosperan las 100 primeras marcas del mundo *Haig, Matt - Ed. Deusto*

"La Empresa Sensual" Vega de la Falla, Jesús - Edición Empresa Activa; colección Gestión del Conocimiento

"Por un marketing responsable". Ideas para mejorar su negocio y cambiar el mundo. *Conley,* Chip */ Friedenwald-Fishman, Eric* – Ed. *Deusto*

Amat Salas, Oriol (2008). Análisis de balances: claves para elaborar un análisis de las cuentas anuales. Bresca Profit. Barcelona.

Archel Doménech, Pablo (2012). Estados contables: elaboración, análisis e interpretación. Pirámide. Madrid.

Arquero Montaño, José Luis y otros (2011). Introducción a la contabilidad financiera. Pirámide. Madrid.

Cervera Ruiz, Pedro (2010). Control de gestión aplicado a proyectos: herramientas, metodología y errores. Estrategia Financiera, nº 269.

Garrido Miralles, Pascual (2012). Análisis de estados contables: elaboración e interpretación de la información financiera. Pirámide. Madrid.

Martínez Casado, Francisco (2010). El control de gestión y su aplicación práctica. Tirant Lo Blanch. Valencia.

Martínez de Silva, Alberto (2009). Cómo adaptar el control de gestión a situación de crisis empresarial. Partida Doble, nº 216.

Quesada Sánchez, Francisco Javier (2010). Contabilidad financiera para Pymes: un enfoque práctico. Garceta, D.L. Madrid.

Rojo Ramírez, Alfonso A. (2011). Análisis económico-financiero de la empresa: un análisis desde los datos contables. Garceta. Madrid.

BORRELL, Francesc (2001): Comunicar bien para dirigir mejor, Gestión 2000, Barcelona.

BOUSQUIE, G. Psicología práctica de la persuasión. Editorial Hispano Europea, Barcelona.

DOLAN, Simón y Martín, Irene (1999): «Comunicarás tus ideas e influirás», en Los diez mandamientos para la dirección de personas, Gestión 2000, Barcelona.

ESCANDELL, Victoria (2005): La comunicación, Madrid, Gredos.

FUENTES RODRÍGUEZ, C. y ALCAIDE LARA, E. Mecanismos lingüísticos de la persuasión. Arco Libros, 2002.

HOMANS, George C. (1950): The human group, Harcourt, Brace & Company, Nueva York.

KÉRSTESZ, Roberto et al. (2002): «Comunicación efectiva en las organizaciones», en Liderazgo transaccional. Cómo hacer que la gente haga, IPPEM, Buenos Aires, pp. 32-50.

LOMAS, Carlos (1996): El espectáculo del deseo, Lenguaje y comunicación, Octaedro, Barcelona.

PUTMAN, L.; Costa, J. Y Garrido, F. J. (2002): Comunicación empresarial, Gestión 2000, Barcelona.

RODRÍGUEZ PORRAS, J. M., (2003): El factor humano en la empresa, Gestión 2000, Barcelona.

VAN RIEL, Cees B. M. (2007): Comunicación corporativa, trad. Esperanza Cerdá, Prentice may, Madrid.

VILLAFAÑE, Justo (1998): «La gestión de la comunicación», en Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas, Pirámide, Madrid, pp. 237-

Ansorena Cao, A. (1996). 15 pasos para la Selección de Personal con éxito. Barcelona: Paidós

Cardona, S. (1991). Entrevista de Selección de Personal. Madrid: Díaz de Santos
Cooper, D.; Robertson, I., y Tinline, G. (2004). Reclutamiento y Selección. Madrid: Thomson

Dolan, S., Schuler, R.S. y Valle, R. (2003). La Gestión de los Recursos Humanos. Madrid: McGraw-Hill

Gómez-Mejía, L.; Balkin D.; Cardy, R. (2002). Dirección y Gestión de Recursos Humanos. Madrid: Prentice Hall

Moscoso, S. y Salgado, J. (2001). La entrevista conductual estructurada de selección de personal. Teoría, práctica y rentabilidad. Madrid: Pirámide

Pereda, S. y Berrocal, F. (1999). Gestión de recursos humanos por competencias. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces

Quijano, S. (1985). Un enfoque sistemático para la selección de personal: predictores de éxito para puestos de ejecutivo. Barcelona: Universidad de Barcelona

Quintanilla, I. (1992). Selección y Evaluación del Personal. Valencia: Promolibro
Sánchez García, J.C. (1997). Selección de Personal. Guía Práctica. Universidad de Salamanca

8.2. Bibliografía complementaria

“Planes de Comunicación” del BBVA, Novartis, Endesa

Manual de acogida del Hospital de Basurto

Libro de Estilo de Mapfre

Manual de acogida del Ayuntamiento de Gijón

1.ª Práctica: Interpretación y análisis de casos reales sobre habilidades y estrategias de comunicación en los que quede clara la interrelación teoría y práctica.

2.ª Práctica: casos de estrategias de negociación resueltos en grupos de discusión, expuestos y defendidos.

3.ª Práctica: exposición de puntos de vista contrapuestos sobre temas de actualidad empresarial que admitan controversia y negociación.

4.ª Práctica: Presentación de un caso de negociación en grupo que se grabarán y de los que se analizarán sus repercusiones.