

4. Planificación de las enseñanzas

Código del plan de estudios:

4.1 Estructura básica de las enseñanzas

Tipos de materia		Nº créditos ECTS
Ob	Obligatorias	15
Op	Optativas	24
PE	Prácticas Externas	9
TFM	Trabajo Fin de Máster (obligatorio en Máster)	12
	Créditos totales	60

4.2 Organización temporal de las asignaturas

PRIMER CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
	E-Business en el ámbito internacional	Obligatoria(OB)	3	Primero
	Estrategia internacional	Obligatoria(OB)	3	Primero
	Gestión Internacional de Recursos Humanos	Obligatoria(OB)	3	Primero
	Habilidades directivas	Obligatoria(OB)	3	Primero
	Profesionalidad y sostenibilidad	Obligatoria(OB)	3	Primero
	Business English	Optativa (OP)	3	Primero
	Desarrollo de negocio internacional	Optativa (OP)	3	Primero
	Dirección financiera internacional	Optativa (OP)	3	Primero
	Emprendimiento e innovación	Optativa (OP)	3	Primero



	Español empresarial	Optativa (OP)	3	Primero
	Implementación de decisiones empresariales	Optativa (OP)	6	Primero
	Marketing Digital	Optativa (OP)	3	Primero
	Operaciones y logística internacional	Optativa (OP)	3	Primero
Total ECTS			42	

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
	Análisis de datos internacionales para la toma de decisiones	Optativa (OP)	3	Primero
	Dirección comercial en la empresa	Optativa (OP)	6	Primero
	Dirección financiera en la empresa	Optativa (OP)	6	Primero
	Gestión de personas en la empresa	Optativa (OP)	6	Primero
	Gestión del comercio exterior en la empresa	Optativa (OP)	6	Primero
	Internacionalización y Comercio	Optativa (OP)	3	Primero
	Transformación y marketing digital en la empresa	Optativa (OP)	6	Primero
	Prácticas profesionales en empresa	Prácticas Externas (PE)	9	Primero
	Proyecto final de Máster	Trabajo Fin de Título (TFT)	12	Primero
Total ECTS			57	

ANUALES				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	



SEGUNDO CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

ANUALES				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

TERCER CURSO

PRIMER CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

SEGUNDO CUATRIMESTRE				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso
Total ECTS			0	

ANUALES				
Código	Asignatura	Tipo	ECTS	Curso



Total ECTS	0	
------------	---	--

4.3 Estructura en base a itinerarios formativos (si los hubiese)

No existen itinerarios formativos concretos.

4.4 Descripción detallada de las asignaturas

ASIGNATURAS PRIMER CURSO

Asignatura: E-Business en el ámbito internacional		Código:		
Carácter: Obligatoria(OB)	ECTS: 3	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Miguel Ángel	Sánchez Vidales		Externo	1.2
Carlos	García Cuadrado		Externo	0.6
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	0
Félix	Velasco Baladrón		Externo	0.6
Luis Alberto	Pastor Rodríguez		Externo	0.6
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB8, HAB1, HAB2			
Competencias (COM)	COM8, COM5, COM1, COM4			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN8, CN4			
Competencias (COM)	Comprender los desafíos y oportunidades del e-business en mercados internacionales, incluidas las barreras culturales, legales y económicas. Diseñar estrategias efectivas para implementar modelos de negocio digitales en contextos transfronterizos, considerando las tendencias actuales y futuras del mercado. Manejar plataformas y herramientas digitales clave, como sistemas de gestión de comercio electrónico (Shopify, Magento, etc.), herramientas de análisis de datos y software de marketing digital.			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		



Prueba escrita	Final	30
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70

Descripción de contenidos

Fundamentos y estrategias relacionadas con las tecnologías de la información necesarias para operar, innovar y competir en mercados globales a través del comercio electrónico. Análisis de las dinámicas digitales internacionales, las plataformas de comercio electrónico, la gestión de la cadena de suministro global en entornos electrónicos y las estrategias adaptadas a diferentes culturas y normativas locales. Principales modelos de negocio electrónico, las tecnologías disruptivas como blockchain, inteligencia artificial y Big Data. Implicaciones legales y éticas del comercio digital global.

Asignatura: Estrategia internacional				Código:
Carácter: Obligatoria(OB)	ECTS: 3	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Gonzalo de	Anta Fernández		Externo	1.2
Gustavo Sebastián	Lannelongue Nieto		Interno	1.8
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB7, HAB8, HAB4			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN10, CN8, CN5			
Competencias (COM)	COM6, COM1, COM2, COM3			
Competencias (COM)	El alumno deberá ser capaz de identificar los factores relevantes en la planificación estratégica de una empresa internacional, así como a evaluar dichos factores en términos de las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades a las que se enfrenta una empresa dado su entorno global y sus recursos/capacidades. El alumno deberá ser capaz de elaborar un plan estructurado, consistente y completo de análisis y alternativas para cada uno de los problemas estratégicos analizados en la asignatura.			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Evaluación escrita	Final	30		
Descripción de contenidos				
Análisis de las fuerzas globales que impactan las operaciones organizacionales: entorno político, económico, social, cultural y tecnológico. Evaluación de oportunidades y riesgos en mercados internacionales. Alternativas estratégicas para la expansión global. Modelos de entrada (exportación, licencias, alianzas estratégicas, fusiones y adquisiciones).				



Gestión y optimización de la cadena de valor global. Estrategias de internacionalización para alcanzar ventajas competitivas sostenibles.

Asignatura: Gestión Internacional de Recursos Humanos

Código:
Carácter: Obligatoria(OB) **ECTS:** 3 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español, Inglés

Porcentajes de modalidad de impartición

- **Presencial:** 47.37 %
- **Virtual:** 52.63 %
- **Híbrido:** 0 %

Profesores

Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Lucía	Muñoz Pascual		Interno	1.8
Roberto Alfio	Sensi Ortega		Externo	1.2

Resultados de aprendizaje previstos

Tipo de resultado	Descripción	Código
Conocimientos o contenidos (C)	CN7, CN1, CN6	
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB6, HAB5	
Competencias (COM)	Al finalizar la formación el alumno debe de ser capaz de tomar las decisiones necesarias en relación con la estrategia de gestión del capital humano de la empresa. Debe ser capaz de realizar la descripción y especificación de un puesto de trabajo y debe de poder rediseñarlo. Asimismo, debe conocer y saber aplicar las técnicas de reclutamiento y ser capaz de realizar un proceso de selección de recursos humanos. Debe diferenciar los procesos formación y desarrollo del capital humano y debe poder diseñar un programa de formación de recursos humanos. Por último, debe conocer los elementos de la evaluación y gestión del desempeño y ser capaz de realizar un programa de gestión del desempeño.	
Competencias (COM)	COM9, COM2	

Tabla de evaluación

Prueba	Tipo	% Ponderado
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70
Evaluación escrita	Final	30

Descripción de contenidos



Introducción a la gestión de personas en un ámbito internacional. Planificación y dimensionamiento de plantillas teniendo en cuenta las diferencias socio-culturales de los distintos países. Análisis y descripción de puestos de trabajo. La gestión por competencias. La selección y evaluación del talento de las personas. Desarrollo y formación. Gestión del Rendimiento. Sistemas de compensación y beneficios. Cultura, clima y comunicación.

Asignatura: Habilidades directivas				Código:
Carácter: Obligatoria(OB)	ECTS: 3	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Fernando	Garrido Rodrigo		Externo	1.6
Jesús	Galende Del Canto		Interno	1.4
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	El alumno se acercará a la realidad del trabajo directivo y será consciente de las habilidades directivas básicas que le son necesarias, tanto para su aplicación directa en la gestión de empresas como para su transmisión a sus colaboradores más próximos. Adquirirá destrezas de motivación, comunicación y liderazgo. Obtendrá claves para trabajar en equipo y para gestionarlos, afrontando su diversidad y los conflictos. Descubrirá la importancia de la creatividad y el aprendizaje en la empresa, unidos a una adecuada gestión del cambio. Obtendrá nociones básicas de gestión del tiempo. Descubrirá los secretos básicos para tener éxito en una negociación.			
Conocimientos o contenidos (C)	CN10, CN7, CN1, CN6			
Competencias (COM)	COM6, COM8, COM9, COM4			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB6, HAB9, HAB5			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Evaluación escrita	Final	30		
Descripción de contenidos				



El alumno se acercará a la realidad del trabajo directivo y será consciente de las habilidades directivas básicas que le son necesarias, tanto para su aplicación directa en la gestión de empresas como para su transmisión a sus colaboradores más próximos. Adquirirá destrezas de motivación, comunicación y liderazgo. Obtendrá claves para trabajar en equipo y para gestionarlos, afrontando su diversidad y los conflictos. Descubrirá la importancia de la creatividad y el aprendizaje en la empresa, unidos a una adecuada gestión del cambio. Obtendrá nociones básicas de gestión del tiempo. Descubrirá los secretos básicos para tener éxito en una negociación.

Asignatura: Profesionalidad y sostenibilidad				Código:
Carácter: Obligatoria(OB)	ECTS: 3	Curso: Primero	Cuatrimestre: Primero	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Óscar	LLorente Rojo		Externo	0.9
Jennifer	Martínez Ferrero		Interno	1.8
Julio	Pindado García		Interno	0.3
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	Conocerá el papel del directivo. Sabrá tomar decisiones. Sabrá usar el método del caso. Sabrá identificar diferentes situaciones de negocio. Conocerá los principios financieros que deben aplicarse en la toma de decisiones. El alumno deberá ser capaz de analizar el papel de la RSE en la mejora competitiva de la empresa y ser capaz de desarrollar un plan de responsabilidad social corporativa para la creación de valor sostenible: Económico, Social y Ambiental.			
Competencias (COM)	COM6, COM10, COM2, COM7			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB1, HAB7, HAB5			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN10, CN1			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación escrita	Final	30		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Descripción de contenidos				
<p>Papel del directivo. Principios éticos y profesionales en el ámbito empresarial. Análisis de los desafíos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad en las organizaciones, integrando los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estrategias para fomentar prácticas responsables en el entorno corporativo, considerando el impacto social, ambiental y</p>				



económico de las decisiones empresariales. Alternativas para promover la sostenibilidad. Fomento de la profesionalidad a través del liderazgo ético, la innovación y el compromiso con el desarrollo social.



Asignatura: Business English				Código:
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero				
Idiomas de impartición: Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Deanna	García		Externo	1
David Courtenay	Carrasco Granger		Externo	1
Cecilia	García Vicente		Externo	1
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	0
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	El alumno aprenderá a leer y redactar textos típicamente empresariales como anuncios de ofertas de trabajo, curriculum vitae, prensa especializada y otros textos con cifras, tablas, gráficos e información visual. También aprenderá a captar información precisa en textos orales y audiovisuales. De forma primordial, aprenderá a expresarse oralmente en entrevistas para entornos profesionales, entrevistas de trabajo, llamadas telefónicas y en interacciones sociales informales. Particularmente interesante para el desenvolvimiento del alumno en entornos empresariales internacionales será lo que aprenderá sobre diferencias culturales, la cortesía en un país y otro, y las formas culturalmente aceptables de delegar tareas.			
Habilidades o Destrezas (HD)		HAB7		
Conocimientos o contenidos (C)		CN5		
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Evaluación escrita	Final	30		



Descripción de contenidos

Destrezas escritas y orales para búsqueda de empleo. Realizar entrevistas en entornos profesionales. Redacción de correos electrónicos concisos, directos y corteses. Redacción de otras comunicaciones empresariales. Simulación de llamadas telefónicas. Visionado de modelos de presentaciones y presentaciones en el aula. Reuniones de empresa simuladas. Interacción social informal.

Asignatura: Desarrollo de negocio internacional		Código:		
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero				
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	1.8
Jesús	Rivas Luis		Interno	1.2
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	Desarrollar una visión estratégica que permita tomar decisiones sobre la expansión a nuevos mercados, planificar y diseñar estrategias de venta y marketing. Adquirir técnicas de negociación y ventas en contextos internacionales.			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN10, CN1, CN3, CN4			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB8, HAB6, HBA9			
Competencias (COM)	COM5, COM10, COM1			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Prueba escrita	Final	30		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Descripción de contenidos				
<p>La asignatura busca preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos del entorno global, centrándose en el marketing y las ventas internacionales. A través de esta asignatura, los alumnos adquirirán conocimientos teóricos y prácticos que les permitirán diseñar, implementar y gestionar estrategias de comercialización y ventas en mercados internacionales, considerando las particularidades culturales, económicas y políticas de cada región.</p>				



Asignatura: Dirección financiera internacional		Código:		
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero				
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Luis César	Alijas Valderas		Externo	0.6
Jennifer	Martínez Ferrero		Interno	0.6
Manuel Alfonso	Cabezas Castañón		Interno	0.8
Isabel María De La	Torre Olvera		Interno	1
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB7, HAB3, HAB5			
Conocimientos o contenidos (C)	CN8, CN1, CN2			
Competencias (COM)	El alumno sabrá interpretar los estados financieros: Balance y cuenta de resultados. El alumno entenderá el valor del dinero en el tiempo. El alumno aprenderá a tomar de forma responsable y calculada las decisiones financieras relacionadas con las distintas formas de financiación. El alumno conocerá las etapas de un proyecto y como se procede a la estimación de las magnitudes que lo definen. El alumno sabrá aplicar en cada circunstancia los métodos más adecuados tanto en un ambiente de certeza como la incorporación del riesgo en la evaluación			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación escrita	Final	30		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Descripción de contenidos				



Los estados financieros: balance y cuenta de resultados. La utilidad de la información financiera para la toma de decisiones. El papel del director financiero en una empresa global. El valor del dinero en el tiempo. Fuentes de financiación tradicionales y no tradicionales. El coste de capital. Evaluación de proyectos de inversión internacionales. Estimación de los flujos de fondos. Criterios de valoración en condiciones de certeza. Introducción del riesgo en el análisis de proyectos internacionales. Análisis de la sensibilidad. Análisis de escenarios. Decisiones secuenciales y opciones reales. Casos especiales en la industria.

Asignatura: Emprendimiento e innovación		Código:		
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero				
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Jesús	Rivas Luis		Interno	1.5
Miguel Ángel	Vivas Martín		Externo	0.5
Luis Alberto	Pastor Rodríguez		Externo	1
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	El alumno conocerá las características de un emprendedor. El alumno será capaz de desarrollar un espíritu emprendedor. Será capaz de desarrollar un modelo de negocio. Será capaz de desarrollar un plan de negocio. El alumno sabrá desarrollar procesos de innovación. El alumno podrá desarrollar un ecosistema de innovación en su entorno.			
Competencias (COM)	COM2, COM1, COM10			
Conocimientos o contenidos (C)	CN10, CN5, CN1			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB8, HAB7, HAB1, HAB9			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación escrita	Final	30		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Descripción de contenidos				
<p>El emprendimiento en el mundo. El papel del emprendedor. El intra-emprendimiento. Analizar experiencias emprendedoras para identificar comportamientos emprendedores exitosos. Modelos de negocio innovadores. Contenido y fases del proceso emprendedor. Conocer la utilización de herramientas para idear, diseñar, testar, lanzar y hacer crecer proyectos emprendedores. Emprendimiento intra-empresarial. El proceso de innovación en las</p>				



organizaciones. El ecosistema de emprendimiento e innovación: incubadoras, aceleradoras, plataformas especializadas, financiación, organismos, ayudas y premios.

Asignatura: Español empresarial		Código:		
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero				
Idiomas de impartición: Español				
Porcentajes de modalidad de impartición <ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Cecilia	García Vicente		Externo	3
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	0
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	El alumno aprenderá a leer en español y a redactar textos típicamente empresariales como anuncios de ofertas de trabajo, curriculum vitae, prensa especializada y otros textos con cifras, tablas, gráficos e información visual. También aprenderá a captar información precisa en textos orales y audiovisuales. Aprenderá a expresarse oralmente en español en entrevistas para entornos profesionales, entrevistas de trabajo, llamadas telefónicas y en interacciones sociales informales.			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB5, HAB2, HAB1			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Evaluación escrita	Final	30		
Descripción de contenidos				
Desarrollo de habilidades lingüísticas y comunicativas para el uso del español en contextos empresariales. Análisis y redacción de documentos corporativos: informes, memorandos, cartas comerciales y correos electrónicos. Presentación de proyectos en español. Uso del vocabulario técnico y expresiones propias del ámbito empresarial. Técnicas de resolución de conflictos en entornos corporativos hispanohablantes. Comprensión de las particularidades del español en diferentes mercados.				

Asignatura: Implementación de decisiones empresariales

Código:
Carácter: Optativa (OP) **ECTS:** 6 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Primero

Idiomas de impartición: Español, Inglés

Porcentajes de modalidad de impartición

- **Presencial:** 47.37 %
- **Virtual:** 52.63 %
- **Híbrido:** 0 %

Profesores

Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Nicola	Thornton		Externo	0.6
Eduviguis	Ortiz Moronta		Externo	0.6
Jesús	Rivas Luis		Interno	0.6
Marta	Oms González		Externo	0.6
Daniela	Muller		Externo	0.6
Santiago	Soria San Teodoro		Externo	0.6
Isolino	Pazos Villas		Externo	0.6
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	0
Miguel Ángel	Vivas Martín		Externo	1.2
Luis Alberto	Pastor Rodríguez		Externo	0.6

Resultados de aprendizaje previstos

Tipo de resultado	Descripción	Código
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN10, CN4	
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB8, HAB7, HAB9	
Competencias (COM)	Comprender las dinámicas reales y los procesos operativos que caracterizan el funcionamiento diario de las empresas. Identificar y analizar los principales retos y oportunidades del entorno empresarial, aplicando conocimientos teóricos a situaciones prácticas. Desarrollar habilidades de comunicación y networking profesional a través de la interacción directa con empresarios y expertos del sector. Integrar una visión crítica y realista sobre las competencias y actitudes necesarias para desempeñarse de manera efectiva en el ámbito empresarial	



Tabla de evaluación

Prueba	Tipo	% Ponderado
Prueba final escrita	Final	30
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70

Descripción de contenidos

La asignatura ofrece a los estudiantes una inmersión práctica en el entorno empresarial, permitiéndoles comprender de forma realista el día a día de las organizaciones. A través de visitas a empresas, simulaciones empresariales y seminarios con profesionales del sector, los alumnos adquieren una visión integral de los procesos, desafíos y dinámicas corporativas. Además, se promueve el desarrollo de habilidades prácticas mediante el análisis de casos reales, el contacto directo con líderes empresariales y la participación en actividades orientadas a la resolución de problemas en entornos empresariales.

Asignatura: Marketing Digital		Código:		
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero				
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	1.8
Claudio	Mogilner Hendler		Externo	1.2
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	COM6, COM5, COM10			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB9, HAB5			
Conocimientos o contenidos (C)	CN3, CN4, CN1			
Competencias (COM)	El alumno aprenderá a identificar y aplicar los fundamentos de la estrategia de marketing digital. Sabrá elegir las técnicas más adecuadas para la venta en redes sociales. Aprenderá las diferencias entre SEM y SEO y a aplicar dichas técnicas en una empresa. Profundizará en el marketing de contenidos.			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Evaluación escrita	Final	30		
Descripción de contenidos				
Fundamentos de estrategia de marketing digital en contextos internacionales. Técnicas de venta en redes sociales. Marca personal. Marketing de contenidos. Optimización de estrategias SEM y SEO. Growth Hacking. Campañas de pago. Analítica web. Inbound Marketing. Marketing de Contenido.				

Asignatura: Operaciones y logística internacional		Código:		
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3 Curso: Primero Cuatrimestre: Primero				
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Juan Antonio	Gordon Levenfeld		Externo	1.2
Enrique	Santero García		Externo	0.6
Javier	González Benito		Interno	1.2
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	COM8, COM5, COM10, COM2			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB8, HAB7, HAB4			
Competencias (COM)	El alumno profundizará en el estudio de las decisiones logísticas, conociendo las distintas alternativas posibles en entornos internacionales tanto en lo que se refiere al diseño del sistema logístico (diseño de la red logística, diseño de almacenes, diseño de la flota de transporte) como al funcionamiento del mismo (gestión de inventarios, gestión del transporte). Aprenderá a valorar la conveniencia de cada una de estas alternativas en contextos concretos de este sector.			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN8, CN4			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Evaluación escrita	Final	30		
Descripción de contenidos				
Fundamentos de la logística en un entorno globalizado. Análisis de los sistemas de transporte y distribución internacional. Gestión de cadenas de suministro globales: planificación, coordinación y control de flujos de mercancías,				



información y recursos financieros. Diseño y gestión de redes logísticas globales. Sistemas de almacenamiento e inventarios en mercados internacionales.

Asignatura: Análisis de datos internacionales para la toma de decisiones			Código:	
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 3		Curso: Primero		Cuatrimestre: Segundo
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Nerea	González García		Interno	1
Ana Belén	Nieto Librero		Interno	2
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	COM6, COM8, COM2, COM7, COM4			
Conocimientos o contenidos (C)	Conocer y comprender los conceptos fundamentales del análisis estadístico de datos. Familiarizarse con la aplicación de técnicas estadísticas utilizando software especializado.			
Conocimientos o contenidos (C)	CN8, CN1, CN2, CN4			
Habilidades o Destrezas (HD)	Ofrecer soluciones a problemas reales a partir de la aplicación de técnicas estadísticas. Formular hipótesis y aplicar las técnicas estadísticas más adecuadas según el tipo de datos y las condiciones del problema para la toma de decisiones			
Competencias (COM)	Evaluar e interpretar los resultados obtenidos de análisis estadísticos y comunicar los hallazgos de manera efectiva, adaptando el nivel de detalle al público objetivo			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Prueba escrita	Final	30		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Descripción de contenidos				



Análisis de datos en entornos internacionales. Herramientas de gestión de datos. Metodologías de procesamiento de datos. Análisis de datos financieros, económicos y estadísticos. Machine learning y procesos predictivos. Tendencias clase en entornos dinámicos. Uso ético del tratamiento de datos.

Asignatura: Dirección comercial en la empresa				Código:
Carácter: Optativa (OP)	ECTS: 6	Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	1.8
Miguel Ángel del	Valle Herrera		Externo	0.6
Luis	Baladía Balduque		Externo	0.6
Germán	Martos Rodríguez		Externo	0.6
José Luis	Cumplido Delgado		Externo	0.6
Juan Manuel de la	Mata Peña		Externo	0.6
Santiago	Guisado Barrado		Externo	0.6
Jorge	Gutiérrez Molina		Externo	0.6
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB8, HAB9			
Competencias (COM)	COM6, COM4			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN1, CN3			
Competencias (COM)	El alumno será capaz de hacer un diagnóstico estratégico orientado al mercado y al éxito comercial sostenible de la empresa. En un contexto aplicado, será capaz de investigar, segmentar y comprender el mercado objetivo y aprenderá a plantear, analizar y evaluar estrategias competitivas con el fin de optimizar el rendimiento comercial de la empresa. Será capaz de traducir la estrategia y el posicionamiento competitivo deseado en acciones comerciales concretas ligadas a la cartera de productos, servicios y marcas, a los procesos implicados en estos servicios, a			

las personas implicadas en el contacto con el cliente, a la política de precios, al diseño y gestión de los canales de distribución y a la comunicación.

Tabla de evaluación

Prueba	Tipo	% Ponderado
Evaluación escrita	Final	30
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70

Descripción de contenidos

Estudio y segmentación del mercado como base para identificar y comprender los diferentes perfiles de clientes y oportunidades de negocio, así como para definir estrategias orientadas a la satisfacción y fidelización. Posicionamiento competitivo a través del análisis de ventajas diferenciales, mapeo de competidores y definición de propuestas de valor. Toma de decisiones operativas de marketing enfocadas en la gestión eficiente de la cartera de productos y marcas, diseño de servicios y optimización de procesos. Profundización en las políticas de precios, diseño y gestión de canales de distribución, implementación de estrategias de comunicación integral que abarcan la promoción, publicidad, relaciones públicas y gestión de la reputación corporativa.

Asignatura: Dirección financiera en la empresa			Código:	
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 6		Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Manuel Alfonso	Cabezas Castañón		Interno	1.8
Begoña	Fernández Orue		Externo	0.6
Javier	Sánchez Gil		Externo	0.6
Fernando	Álvarez Sánchez		Externo	0.6
David	Rodríguez Francisco		Externo	0.6
Óscar	Marín Curbelo		Externo	0.6
Marta	Velayos Asiain		Externo	0.6
Gregorio Antonio	Redondo Vaquerizas		Externo	0.6
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Conocimientos o contenidos (C)	CN8, CN2, CN1			
Competencias (COM)	COM6, COM8, COM10, COM7, COM3			
Competencias (COM)	El alumno aprenderá a realizar el ciclo contable completo. Sabrá elaborar las cuentas anuales. Sabrá determinar los costes. Sabrá elaborar presupuestos. Sabrá realizar previsiones financieras. Sabrá planificar a largo plazo. Sabrá gestionar la tesorería de una empresa. Conocerá el sistema de información empresarial. Sabrá elaborar un cuadro de mandos. Sabrá elaborar un reporting financiero.			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB8, HAB3, HAB5			
Tabla de evaluación				



Prueba	Tipo	% Ponderado
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70
Evaluación escrita	Final	30

Descripción de contenidos

Ciclo contable completo. Elaboración de cuentas anuales. Elaboración y presentación del impuesto de sociedades. Control de costes mediante técnicas avanzadas de contabilidad de gestión, identificando oportunidades de optimización y mejora de la rentabilidad empresarial. Elaboración de presupuestos integrales, alineados con los objetivos estratégicos de la organización, y establecimiento de previsiones financieras a corto y medio plazo para anticipar necesidades y oportunidades. Previsiones financieras. Planificación financiera a largo plazo. Gestión de tesorería para la toma de decisiones. Sistemas de información. Diseño y uso de cuadros de mando financieros como herramienta para supervisar indicadores clave de rendimiento (KPIs)

Asignatura: Gestión de personas en la empresa			Código:	
Carácter: Optativa (OP) ECTS: 6		Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Ramón	Calabia del Campo		Externo	0.6
Mercedes	Serrano Román		Externo	0.6
Laura	Esteban Canal		Externo	0.6
Álvaro Antonio	Delgado Piera		Externo	0.6
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	0
Elena	Martín Vara		Externo	1.8
Mónica	García Ingelmo		Externo	0.6
Ignacio	Ramos Gorostiola		Externo	0.6
Miguel Ángel	Pérez Morente		Externo	0.6
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Conocimientos o contenidos (C)	CN7, CN1, CN6			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB10, HAB6, HAB5			
Competencias (COM)	Conocer las estrategias de análisis de un puesto de trabajo. Ser capaz de utilizar las técnicas de planificación de recursos humanos. Ser capaz de diseñar un proceso de selección. Elaborar una entrevista de selección de recursos humanos. Ser capaz de diseñar un programa de formación de recursos humanos. Conocer los procedimientos de análisis de necesidades formación. Ser capaz de evaluar e interpretar los anclajes de carrera profesional. Ser capaz de diseñar un proceso de evaluación y gestión del desempeño. Diferenciar los distintos métodos de evaluación del desempeño. Ser capaz de diseñar una auditoría del capital humano.			



Tabla de evaluación

Prueba	Tipo	% Ponderado
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70
Evaluación escrita	Final	30

Descripción de contenidos

Dirección estratégica de recursos humanos en la empresa global. Gestión del talento. Análisis y descripción de puestos. Planificación de recursos humanos. Procesos de atracción y retención del talento en la empresa. Desarrollo del capital humano y planificación de carreras. Auditoría del capital humano. Gestión del rendimiento. Recursos Humanos 2.0. Habilidades 2.0 del directivo de recursos humanos. Cultura, clima y comunicación interna.

Asignatura: Gestión del comercio exterior en la empresa				Código:
Carácter: Optativa (OP)	ECTS: 6	Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Enrique	Santero García		Externo	0.6
Germán	Arroyo Duque		Externo	0.6
Pedro	Bento Rodrigues		Externo	0.6
Leandro	Montisi Yagüe		Externo	0.6
Nicola	Thornton		Externo	0.6
Alberto	Gutiérrez García		Interno	1.2
Antón	Romaní Faro		Externo	0.6
José Juan	Otero Lozano		Externo	0.6
Edward	Crespo Quinta		Externo	0.6
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	COM7, COM1, COM5, COM6, COM8			
Conocimientos o contenidos (C)	CN5, CN3, CN1, CN9, CN10			
Competencias (COM)	El alumno conocerá las principales etapas y decisiones implicadas en el proceso de comercio exterior en una empresa y será capaz de adaptarlas a distintos contextos y situaciones. Utilizará los parámetros y fuentes de información clave en el proceso de selección de mercados internacionales. Ejecutará los principales procedimientos operativos de comercio exterior, en particular los relacionados con el marco normativo, la logística, el pago y la seguridad. Conocerá todos los documentos que se deben generar en el proceso de comercio exterior. Será capaz de afrontar la contratación a nivel internacional, así como hacer frente a la gestión aduanera.			



Habilidades o Destrezas (HD) HAB5, HAB4, HAB8

Tabla de evaluación

Prueba	Tipo	% Ponderado
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70
Evaluación escrita	Final	30

Descripción de contenidos

Cómo ejecutar la estrategia de comercio exterior en la empresa, cómo ejecutar una prospección de mercados internacionales, ejecutar un plan operativo para el comercio exterior, contratación y procedimientos internacionales, gestión aduanera y logística del comercio exterior. Los documentos del comercio internacional. Medios de cobro y pago internacionales. Riesgos del Comercio Exterior.

Asignatura: Internacionalización y Comercio			Código:	
Carácter: Optativa (OP)	ECTS: 3	Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Alberto	Gutiérrez García		Interno	1
Rolando	Salazar Alonso		Externo	1
Javier	Sierra Pierna		Interno	1
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	Los alumnos serán capaces de Identificar y evaluar riesgos económicos clave en la internacionalización empresarial. Diseñar estrategias de mitigación alineadas con los objetivos de negocio global. Analizar el impacto de cambios económicos y políticos en las operaciones internacionales.			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB7, HAB8, HAB9			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN10, CN2, CN4			
Competencias (COM)	COM3, COM2, COM1			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Prueba escrita	Final	30		
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70		
Descripción de contenidos				
<p>Esta asignatura se centra en capacitar a los estudiantes para identificar, analizar y gestionar situaciones económicas en el contexto de la internacionalización empresarial. Los alumnos estudian las principales características económicas de las empresas en mercados internacionales y verán las herramientas que se pueden utilizar para su análisis. También</p>				



formarán parte de los contenidos de la asignatura temas como el impacto de la política internacional en el mundo de los negocios o el diseño de planes de contingencia en la internacionalización.

Asignatura: Transformación y marketing digital en la empresa			Código:	
Carácter: Optativa (OP)	ECTS: 6	Curso: Primero	Cuatrimestre: Segundo	
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 47.37 % • Virtual: 52.63 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Luis Alberto	Pastor Rodríguez		Externo	1
Julio	Mateu Pascual		Externo	0.6
Jannine	Nieto Arias		Externo	0.9
Ángel	Benito Rodero		Externo	0.8
Claudio	Mogilner Hendler		Externo	0.9
Alberto Vidal	García Pérez		Externo	0.9
Alexander	Gómez Collins		Externo	0.9
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB7, HAB10, HAB9, HAB5			
Competencias (COM)	Saber implementar un proceso de transformación digital. El alumno ampliará los conocimientos aspectos más importantes del marketing digital, sabiendo identificar los aspectos en los cuales tenga déficit su empresa en este marco, así como su adecuada implementación en la estrategia comercial de la empresa. Sabrá elaborar un plan de marketing digital, determinar qué elementos son los más importantes para un plan de negocios digital y cómo implementarlos correctamente en la empresa.			
Conocimientos o contenidos (C)	CN10, CN9, CN8, CN1, CN3			
Competencias (COM)	COM4, COM1, COM10, COM5			
Tabla de evaluacion				



Prueba	Tipo	% Ponderado
Evaluación en sesiones y trabajos	Continua	70
Evaluación escrita	Final	30

Descripción de contenidos

Análisis del proceso de transformación digital en las empresas. Diseño e implementación de estrategias de digitalización orientadas a mejorar la competitividad y la eficiencia operativa. Elaboración de un Plan de Marketing Online. Desarrollo de técnicas avanzadas de SEO. Gestión estratégica de redes sociales, incluyendo la selección de plataformas, diseño de campañas y análisis de interacción con los usuarios. Creación y mejora de páginas web empresariales. Implementación de técnicas de e-commerce. Inteligencia artificial (IA), blockchain y automatización de procesos

Asignatura: Prácticas profesionales en empresa		Código:		
Carácter: Prácticas Externas (PE) ECTS: 9		Curso: Primero		Cuatrimestre: Segundo
Idiomas de impartición: Español, Inglés				
Porcentajes de modalidad de impartición				
<ul style="list-style-type: none"> • Presencial: 100 % • Virtual: 0 % • Híbrido: 0 % 				
Profesores				
Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	0
Resultados de aprendizaje previstos				
Tipo de resultado	Descripción	Código		
Competencias (COM)	El alumno será capaz de aplicar los conocimientos adquiridos a la empresa. El alumno sabrá identificar en una empresa los aspectos claves de los procesos de gestión. Será capaz de hacer frente a la delegación de funciones y estructura y organizar las tareas que se le asignen. Sabrá relacionarse con sus compañeros desde una actitud de liderazgo, apoyándose en sus conocimientos, los cuales además de aplicarlos sabrá explicarlos a las personas implicadas en sus tareas.			
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB7, HAB5, HAB6			
Conocimientos o contenidos (C)	CN9, CN10, CN8, CN1, CN6, CN5			
Tabla de evaluación				
Prueba	Tipo	% Ponderado		
Informe final de prácticas	Final	30		
Evaluación continua durante el desarrollo de las prácticas	Continua	70		
Descripción de contenidos				
<p>Conocimiento de la empresa en la que realizará las prácticas. Desarrollo de tareas en una o varias de las áreas en las que el alumno debe aplicar los conocimientos adquiridos en el MBA. Evaluación y corrección de errores. Desarrollar tareas que le faciliten la incorporación en el mercado laboral, preferiblemente en la empresa que realiza las prácticas.</p>				

Asignatura: Proyecto final de Máster	Código:
---	----------------

Carácter: Trabajo Fin de Título (TFT) **ECTS:** 12 **Curso:** Primero **Cuatrimestre:** Segundo

Idiomas de impartición: Español, Inglés

Porcentajes de modalidad de impartición

- **Presencial:** 7 %
- **Virtual:** 93 %
- **Híbrido:** 0 %

Profesores

Nombre	Apellidos	Nº Identificación	Interno/Externo	Nº ECTS Impartidos
Álvaro	Garrido Morgado		Interno	0

Resultados de aprendizaje previstos

Tipo de resultado	Descripción	Código
Competencias (COM)	El alumno será capaz de generar ideas de negocio. Sabrá aplicar los conocimientos adquiridos a la empresa. El alumno sabrá identificar en una empresa diferentes aspectos sobre los cuales puede hacer una aportación de mejora sobre las actividades que actualmente está realizando la empresa sobre la que versa el proyecto. Será capaz de estructura y presentar un informe sobre el proyecto realizado.	
Habilidades o Destrezas (HD)	HAB5, HAB9, HAB1, HAB7	

Tabla de evaluación

Prueba	Tipo	% Ponderado
Evaluación en sesiones y tutorías	Continua	25
Evaluación oral en presentación pública	Final	75

Descripción de contenidos

Idea del trabajo. Estructura del trabajo y fases de desarrollo. Alternativas para la realización del trabajo en una empresa concreta. Valoración de esas alternativas en función de la aportación e interés de la empresa en cada alternativa. Desarrollo del trabajo bajo la dirección de uno o varios miembros del claustro de profesores del MBA. Presentación del trabajo en público.

ASIGNATURAS SEGUNDO CURSO (si lo hubiera)

ASIGNATURAS TERCER CURSO (si lo hubiera)

4.5 Actividades y metodologías docentes

Las actividades formativas se realizan en sesiones donde se explica una nota técnica y un caso en cada sesión, y entre ambas actividades los alumnos mantienen una sesión online en grupo reducido para la preparación del caso. Esta exposición se realiza de forma presencial por parte del profesor y con presencia de los estudiantes. Por tanto, se trata de clases donde se realiza una interacción real síncrona entre profesor y estudiantes. A continuación, se realizan las sesiones online en grupo de preparación de caso, que empiezan con interacción virtual síncrona profesor – estudiante y termina con interacción virtual síncrona entre los estudiantes. Todo esto requiere un trabajo previo de análisis y estudio de nota técnica por parte del alumno antes de la sesión con el profesor y una preparación del caso por parte del alumno antes de la sesión online en grupo de preparación de caso.

Las sesiones son eminentemente prácticas utilizándose el método del caso. Este método es el más adecuado para el estudio de todas las áreas funcionales de la empresa ya que sitúa al alumno en escenarios reales en los que debe tomar decisiones en diferentes contextos. Este método se fundamenta en los siguientes puntos principales.

- Se tratará de asignar en cada caso, un papel al alumno (role-playing) para que se habitúe a situaciones que se producen en la empresa. Logrando que este aprenda a organizar su tiempo y trabajo, superando la presión a la que habitualmente se somete a los directivos.
- Los casos se preparan individualmente y después en equipo a través de herramientas de colaboración online. Posteriormente, son discutidos en una clase presencial bajo la guía del profesor.
- Los alumnos son divididos en pequeños grupos de cinco personas. Los equipos están compuestos considerando criterios de formación, origen y experiencia, lo que facilita la interacción entre los alumnos que deben complementarse como si estuvieran desarrollando su actividad en una organización empresarial.
- El número de alumnos será muy reducido, lo que permitirá una enseñanza personalizada, donde las tutorías juegan un importante papel en el proceso de aprendizaje.
- Los primeros días los alumnos recibirán sesiones donde se les explicará cómo aprender con casos.
- El claustro de profesores antes de comenzar el máster también se reúne para debatir estrategias de mejoras en la enseñanza.

En concreto, se sigue la metodología diseñada por los profesores Louise A. Mauffette-Leenders, Janes A. Erskine y Michiel R. Leenders, para lo cual se tiene que desarrollar habilidades en los alumnos en lo que denominan “Aprender con casos” (se explicará en los primeros días del curso) y en el profesorado, en lo que se denomina “Escribir casos” y “Enseñar con casos”. En estos tres aspectos se forma a los profesores del máster utilizando principalmente el material, que se utiliza en los cursos de aprendizaje que organizados por la Fundación ECCH The Case for Learning en los que ha participado el Director del Máster constituyen la base del aprendizaje.

Para poder utilizar esta metodología se requiere que el número de alumnos sea muy reducido. Y además se formarán grupos de alumnos en función de su formación, origen y experiencia profesional, y aparte de las clases existe una formación personalizada (complementaria y optativa) que se consigue con las tutorías. Para la asignación de los TFM se tiene en cuenta los objetivos que quiere alcanzar el alumno con el TFM. De tal manera, que en primer lugar se analiza si en el claustro de profesores existe algún especialista que puede orientar al alumno a conseguir esos objetivos. En caso afirmativo, se le asigna ese profesor. En otro caso se busca un especialista y se le da el rol de Director de TFM y se le asigna un profesor del claustro con el papel de Tutor de TFM. Con esto se consigue que el alumno tenga la dirección de un especialista y el apoyo de alguien que conoce más la estructura del TFM y el nivel que se le debe exigir al alumno, para dar el visto bueno al TFM. Con esta estrategia se distribuye al máximo la asignación de directores de TFM y se consigue la aportación de especialistas en cada TFM. En ningún caso un mismo profesor dirigirá más de un 10% de los TFMs del programa ni más de 10 TFMs totales.

4.6 Calendario de comienzo y fin del programa

4.6.1 Duración del programa en meses: 12



4.6.2 Fechas de inicio

Primer edición: Entre 15 de septiembre y 15 de diciembre

- Del 15-12-2025 al 29-12-2026

Segunda edición:

- Del - al -

4.6.3 Número de ediciones: 1