

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

<b>Datos de la asignatura</b>	
Nombre	HABILIDADES DIRECTIVAS
Titulación	Máster Universitario de Marketing
Curso	2015-2016
Semestre	Primero
Créditos ECTS	2
Carácter	Optativo
Departamento	Departamento de Gestión Empresarial
Área	Recursos Humanos

<b>Datos del profesorado</b>	
<b>Profesor</b>	
Nombre	Abel Mínguez López
Departamento	Departamento de Gestión Empresarial
Área	Recursos Humanos
e-mail	aminguez@cee.upcomillas.es
Horario Tutorías	Disponibilidad continua vía mail
Nombre	Marian Jaén Díaz
Departamento	Departamento de Gestión Empresarial
Área	Recursos Humanos
e-mail	mjaen@comillas.edu
Teléfono	91-542.28.00 extensión 2261 / 4658
Horario Tutorías	Disponibilidad continua vía mail

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>Contextualización de la asignatura</b>
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
Esta asignatura provee de habilidades fundamentales para identificar, desarrollar y comunicar ideas de forma eficaz (en forma de propuestas y/o proyectos), tanto por escrito como verbalmente, cuando haya de presentar resultados de su trabajo tanto académico como profesional. Esta entroncada con los sistemas de evaluación, dado que provee de pautas y técnicas específicas relacionadas con la elaboración , de la MEMORIA PRACTICA para presentar el resultado de su práctica en empresas (2º semestre) y con la elaboración y defensa de su TRABAJO FINAL DE MASTER (final de máster).

<b>Objetivos</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aprender a organizar su tiempo en función de los objetivos personales, fijando prioridades y asignación de recursos.</li> <li>2. Aprender a identificar necesidades de información, a valorar calidad y validez de las fuentes utilizadas y a sintetizar dicha información con criterios de utilidad.</li> <li>3. Aprender a estructurar ideas mediante estudios, informes y/o propuestas de carácter empresarial</li> <li>4. Aprender a presentar y defender las motivaciones y conclusiones de sus estudios y/o propuestas en público, tanto individualmente como en grupo, que movilicen a la acción.</li> </ol>

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

<b>Contenidos - Bloques Temáticos</b>
Tema 1: Trabajo intelectual y gestión del tiempo personal en función de objetivos
Tema 2: Búsqueda, organización y gestión de información
Tema 3: Redacción de estudios, informes y/o propuestas
Tema 4: Elaboración de presentaciones profesionales para movilizar a la acción

<b>Competencias</b>
<b>Competencias Genéricas del área-asignatura</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Presentar por escrito, como resultado de aprendizaje, un plan de trabajo personal para superar el máster de marketing adaptado a sus circunstancias personales y profesionales. CG12: capacidad de organización, planificación y gestión del tiempo.</li> <li>b. Presentar por escrito, como resultado de aprendizaje, sendos bocetos de un informe y de una presentación oral de dos materias diferentes de MUM. CG13: comunicación oral y escrita en la propia lengua.</li> </ol>
<b>Competencias Específicas del área-asignatura</b>
El enfoque y alcance de esta asignatura se orientan a que, de forma específica, el alumno sea capaz al finalizar la misma de: <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Ser capaz de identificar fuentes de información relevantes para desarrollar una idea y/o resolver un problema de trabajo. CE2: conocimiento y aplicación de técnicas de trabajo intelectual y gestión del tiempo personal, búsqueda y gestión de información relevante.</li> </ol>

- b. Ser capaz de redactar informes técnicos, memorias, proyectos y otros soportes escritos de venta de ideas. También, ha de ser capaz de hacer presentaciones orales persuasivas de carácter profesional en el ámbito del marketing. CE3: capacidad de elaboración y transmisión de ideas, proyectos, informes y propuestas.

## METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura	
Metodología Presencial: Actividades	Competencias
<b>Clases Magistrales:</b> en todos los bloques de la asignatura (ver cronograma).	CE2
<b>Presentaciones de Trabajos en Grupo:</b> en todos los bloques de la asignatura (ver cronograma.)	CE3
Metodología No presencial: Actividades	Competencias
<b>Estudio Individual en forma de lecturas obligatorias</b>	CG12
<b>Preparación Individual de casos y ejemplos prácticos</b>	CG13

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
Trabajo individual al final de cada clase presencial teórica	¿Qué has aprendido?	25%
Elaboración y defensa de trabajo presencial en grupo	Plan de trabajo pactado con cada subgrupo 1ª semana	25%
Elaboración de lecturas según formato y criterios	Formato y criterios entregados primer día a alumnos	25%
Valoración profesor con arreglo a la asistencia y participación en clase	criterios entregados primer día a alumnos	25%

Si no se supera algún concepto de calificación, el alumno podrá recuperarlo. Para ello, debe hacer un trabajo práctico de similar dificultad a los desarrollados en la clase teniendo como fecha de entrega la semana marcada como periodo de recuperación en el calendario académico.

Los alumnos con dispensa de escolaridad, deberán hacer un plan de prácticas especial.

En todo caso, el estudiante deberá ponerse en contacto con el profesor para recabar instrucciones.

<b>RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO *</b>			
<b>HORAS PRESENCIALES</b>			
Clases teóricas	Clases prácticas	Actividades académicamente dirigidas	Evaluación
6	8	4	2
<b>HORAS NO PRESENCIALES</b>			
Trabajo autónomo sobre contenidos teóricos	Trabajo autónomo sobre contenidos prácticos	Realización de trabajos colaborativos	Estudio
10	5	10	5
<b>CRÉDITOS ECTS:</b>			<b>2</b>

El profesor estará accesible vía e-mail para cualquier consulta y para facilitar feedback de cómo el alumno puede mejorar y ser productivo en los distintos trabajos a realizar. Cada viernes responderá las cuestiones que hayan surgido en la semana en curso

## **BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS**

### **Bibliografía Básica**

- Darroch, Jenny; Day, George y Slater, Stan: Un tributo a Peter F. Drucker por Journal of The Academy of Marketing Science, spring 2009. 37:1-7
- Drucker, Peter F.: El management del siglo XXI. Edhasa. 2000, Barcelona. ISBN: 8435014525
- Drucker, Peter F. y Maciariello, Joseph A.: El ejecutivo eficaz en acción. Ediciones Deusto. 2007, Bilbao. ISBN13: 9788423424634
- Morgan, Garet: Imaginización. Nuevas manera de ver, organizar y dirigir. Granica. 1999, Barcelona.
- Roam, Dan: Tu mundo en una servilleta. Como resolver problemas y vender ideas mediante dibujos. Ediciones Gestión 2000. 2010, Barcelona. ISBN: 9788498750621