



Universidad  
Internacional  
de Valencia

# Guía del Título

## Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

**Curso: 2023-2024**

**Edición: Abril 2023 (Plan Antiguo)**

# Índice

|  |    |
|--|----|
| 1. Organización general del título .....         | 3  |
| Datos generales .....                            | 3  |
| Objetivo del título .....                        | 3  |
| 2. Perfil del estudiante .....                   | 5  |
| Perfil de ingreso .....                          | 5  |
| Requisitos de acceso y admisión.....             | 5  |
| Perfil de egreso .....                           | 7  |
| 3. Competencias y resultados de aprendizaje..... | 8  |
| Competencias .....                               | 8  |
| Resultados de aprendizaje.....                   | 9  |
| 4. Plan de estudios .....                        | 13 |
| Descripción del plan de estudios .....           | 13 |
| Planificación y descripción de los módulos.....  | 14 |
| Especialidades.....                              | 19 |
| 5. Coordinación.....                             | 22 |
| Coordinación del título .....                    | 22 |
| 6. Actividades formativas .....                  | 23 |
| 7. Metodología.....                              | 24 |
| 8. Evaluación .....                              | 26 |
| Sistema de evaluación .....                      | 26 |
| Criterios de evaluación .....                    | 28 |
| 9. Bibliografía.....                             | 29 |
| 10. Encuestas de satisfacción .....              | 29 |

# 1. Organización general del título

## Datos generales

|  |   |                                |
|--|---|--------------------------------|
| <b>DENOMINACIÓN</b>  | <b>Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas</b> |                                |
| <b>RAMA</b>  | Ciencias Sociales y Jurídicas   |                                |
| <b>DURACIÓN</b>  | 1 año   |                                |
| <b>ECTS DEL TÍTULO</b>                                     | 60 ECTS   |                                |
| <b>Formación obligatoria</b>                               | 36 ECTS   |                                |
| <b>Especialidades</b>                                      | Especialidad 1<br>(12 ECTS)   | <b>Orientación profesional</b> |
|  | Especialidad 2<br>(12 ECTS)   | <b>Especialización</b>         |
|  | Bootcamp (6ECTS)  |                                |
| <b>Trabajo fin de título</b>                               | 12 ECTS (orientación profesional/investigadora)                       |                                |
| <b>LENGUAS UTILIZADAS A LO LARGO DEL PROCESO FORMATIVO</b> |   |                                |
| <b>Todas las asignaturas</b>                               | Castellano e Inglés   |                                |

## Objetivo del título

Actualmente las empresas necesitan directivos y profesionales capaces de liderar proyectos que hagan de sus productos elementos diferenciadores capaces de llegar al público de forma directa y clara. Por ello la especialización prima sobre los conocimientos generales de cualquier materia. En el caso del Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA) uno de los principales objetivos es que los alumnos del mismo adquieran una sólida y actual formación tanto de conceptos como de casos prácticos en la administración y dirección de las empresas. En este sentido, el MBA de VIU tiene como enfoque principal la consolidación de los conocimientos relacionados con la dirección y gestión empresarial en un entorno altamente cambiante y claramente enfocado a la innovación, la actividad internacional y la dirección estratégica conducente a una mejora en los procesos y resultados empresariales.

Dentro de esta especialización este título busca ofrecer la posibilidad de desarrollar la internacionalización en el campo del marketing, o bien profundizar en el área comercial a través de las nuevas técnicas de venta bajo un prisma de dirección. Y al mismo tiempo, dentro de la optatividad, se unen a los elementos típicos de la dirección y gestión de empresas en nuestros días, la internacionalización enfocada en el rol del emprendedor, los negocios digitales y las redes sociales

Por último, el alumno realizará un proyecto plasmado en el Trabajo Fin de Máster relacionado con la dirección y gestión de una empresa donde se mostrarán todos los conocimientos adquiridos.

## 2. Perfil del estudiante

### Perfil de ingreso

El perfil de ingreso recomendado es el de estudiantes que hayan finalizado sus titulaciones relacionadas con el área de Economía y Empresa (ADE, Economía, Ciencias del Trabajo, etc.).

En los casos en los que la titulación universitaria oficial con la que se quiera acceder al máster no se considere afín a la temática del mismo (\*), la Comisión de Admisión, tras el estudio de los expedientes, determinará las asignaturas que deberá cursar el estudiante (máximo de 24 ECTS) de entre las que se relacionan a continuación:

- Contabilidad financiera
- Fundamentos del marketing
- Dirección de recursos humanos
- Fundamentos de administración y dirección de empresas
- Dirección financiera
- Organización y gestión interna

Las asignaturas que se ofertarán como complementos formativos han sido extraídas del Plan de Estudios de Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Internacional Valenciana (título oficial, publicado en BOE de 12 de agosto de 2014).

### Requisitos de acceso y admisión

De acuerdo con lo establecido en el Real Decreto 861/2010, que modifica el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, esta Universidad establece las siguientes condiciones de acceso para matricularse en el Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MBA)

1. Para acceder a las enseñanzas oficiales de máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior perteneciente a otro Estado integrante del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a las enseñanzas de máster.
2. Asimismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquéllos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

#### Criterios de admisión:

En el supuesto de que la demanda supere la oferta de plazas, la Comisión Académica de la titulación examinará los currículos y la información proporcionada por los candidatos con el objetivo de decidir si es pertinente o no otorgarles el derecho de matriculación, de acuerdo con los perfiles de ingreso y los requisitos de formación previa establecidos. Para tal caso, la Comisión elaborará una lista jerarquizada de méritos de los candidatos de acuerdo con los siguientes criterios:

1. Expediente académico (30%)
2. Experiencia profesional (30%)
3. Formación complementaria (15%)
4. Conocimiento de otros idiomas diferentes a la propia lengua materna (10%)
5. Tendrá preferencia en la calificación el inglés sobre otros idiomas.
6. Carta de motivación o entrevista (15%). La Comisión podrá realizar una entrevista personal al candidato, en caso de que lo considere necesario. En esta entrevista se analizarán las motivaciones para la elección del título. En esta entrevista se analizará la idoneidad o no del candidato teniendo en cuenta:
  - a) Su perfil personal (perfil intelectual, relacional y emocional). (10%)
  - b) Sus motivaciones e intereses, compromiso y expectativas. (5%)

Considerando los aspectos a reforzar y mejorar, la Comisión de Admisiones realiza la apreciación global e informe del candidato.

#### Requisitos específicos

Los alumnos que elijan cursar las dos asignaturas optativas que se ofrecen en inglés, deberán acreditar un nivel B2 o superior según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCER).

Los requisitos y criterios de admisión estarán disponibles para los interesados en la página web del título.

## Perfil de egreso

Este Máster es una formación académica de nivel superior y multidisciplinar, que además de transmitir unos conocimientos especializados y unas eficaces técnicas de gestión, está centrado en formar gestores y managers de empresas con altas capacidades para la toma de decisiones estratégicas y guiar a la compañía a los mejores resultados y a una alta optimización en todas las áreas. Asimismo, fomenta las capacidades personales, directivas y analíticas de los participantes, completando su perfil profesional a los estándares demandados actualmente por las empresas.

Este objetivo general pretende alcanzarse a través de un conjunto de materias que persiguen, entre otros, de los siguientes objetivos específicos:

1. Formar directivos y empresarios capaces de dirigir y liderar organizaciones en entornos competitivos, globales y dinámicos. Potenciar la iniciativa emprendedora a la hora de tomar decisiones que afecten a la globalidad de la empresa.
2. Impulsar la capacidad de liderazgo a la hora de gestionar los recursos humanos de un departamento, empresa u organización.
3. Dotar de conocimientos específicos sobre la dirección de empresas en un entorno internacional que permita desarrollar las habilidades directivas imprescindibles para liderar proyectos complejos en todo tipo de organizaciones.
4. Dotar a cualquier profesional de una empresa de la visión estratégica global que le permite integrar el resto de departamentos.
5. Estimular la gestión de los negocios en el entorno on- line actual.
6. Incentivar la comunicación y el trabajo en equipo.
7. Dominar las estrategias y la gestión de los procesos de creación y dirección de empresas en sus diversos ámbitos funcionales.
8. Propiciar el desarrollo de un espíritu de creatividad e iniciativa propio de puestos de alto nivel en la empresa.
9. Desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para la correcta evaluación de los riesgos y oportunidades empresariales.
10. Desarrollar las capacidades necesarias para el análisis, diagnóstico y resolución de los problemas que lleva consigo la creación y desarrollo de un negocio.
11. Profundizar en el conocimiento de Internet, la nueva economía y las oportunidades de negocio.

# 3. Competencias y resultados de aprendizaje

## Competencias

### Básicas

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

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.

### Generales

CG1. Adquirir conocimientos avanzados en gestión empresarial que permita demostrar, en un contexto altamente especializado, una comprensión detallada y fundamentada de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en el ámbito económico y financiero.

CG2. Aplicar los conocimientos adquiridos y sus capacidades de resolución de problemas en el ámbito de la empresa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar relacionados con distintos tipos de organizaciones (empresas, ONGs, administraciones públicas, etc.)

CG3. Diagnosticar problemas reales potencialmente complejos integrando conocimientos de distintas materias e integrar, cuando sea pertinente, la responsabilidad social corporativa y la ética en sus planteamientos.

CG4. Dominar las técnicas suficientes que le permitan obtener y analizar información relacionada con la empresa y su entorno, evaluar su relevancia y validez, sintetizarla y adaptarla al contexto, aplicándola a situaciones complejas y teniendo en cuenta cómo afecta a otros departamentos de la organización.



CG5. Transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG6. Desarrollar la creatividad, la capacidad de iniciativa, la autonomía personal y profesional y la cultura emprendedora en proyectos y colaboraciones en el ámbito empresarial.

CG7. Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en el ámbito empresarial.

CG8. Desarrollar habilidades interpersonales que le permitan interactuar y encontrar la complementariedad con grupos e individuos en todos los niveles y con experiencias culturales y disciplinares diversas.

CG9. Demostrar capacidad para la organización, planificación y gestión de los recursos y el trabajo en equipo.

### **Específicas**

CE1. Desarrollar las habilidades emprendedoras para elaborar planes de negocio sostenibles económica, social y medioambientalmente que integren eficientemente las áreas funcionales de la empresa.

CE2. Saber utilizar herramientas informáticas para el E-Business y el comercio electrónico.

CE3. Poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridos en un entorno empresarial por medio de simuladores de estrategia empresarial y de dinámicas de simulación. CE4. Procesar, analizar e interpretar datos de procesos, clientes, productos, u otros, mediante técnicas estadísticas multivariantes tanto de dependencia como de interdependencia.

CE5. Analizar la normativa aplicable a la empresa, en especial la relativa a gestión financiera, comercio internacional y logística.

CE6. Analizar los riesgos inherentes a la actividad empresarial, en especial los relativos a la gestión financiera, el comercio internacional y la logística.

CE7. Diseñar el plan de globalización, internacionalización o internacionalización de operaciones de una empresa u organización.

CE8. Mostrar capacidad para configurar procesos de decisión interdisciplinares e interculturales, así como para la implicación y desarrollo de las personas en entornos internacionales.

CE9. Capacidad para analizar e interpretar la información económico-financiera como herramienta para la asignación de activos, definición de políticas de inversión y selección de fuentes de financiación desde el punto de vista de la liquidez, el riesgo y la rentabilidad.

CE10. Emplear la tecnología y los sistemas de información como ventaja competitiva, de forma que muestre el desarrollo de habilidades para gestionar proyectos internacionales

multinacionales, y nacionales.

CE11. Analizar el proceso de toma de decisiones estratégicas de un director de marketing, mediante el análisis y la aplicación de técnicas, metodologías y herramientas para el diseño de un plan de marketing.

CE12. Diseñar, organizar y desarrollar la estrategia de operaciones a partir de las decisiones de capacidad, red de suministro y tecnología del proceso.

CE13. Conocer y aplicar las técnicas de comunicación efectiva y negociación en la gestión de recursos humanos.

CE14. Buscar, analizar y seleccionar información en las fuentes, los organismos y los medios más eficaces para ayudar a los procesos de creación y dirección de empresas

## Resultados de aprendizaje

Los resultados de aprendizaje que se indican a continuación son un compendio de los diferentes resultados de aprendizaje que se van a exigir al alumnado para superar las materias del presente Máster.

ASIGNATURA: Estrategia empresarial e innovación

RA-1. Explicar los retos que se plantean al abordar el diseño de la estructura organizativa del negocio.

RA-2. Identificar los diferentes aspectos a tener en cuenta en la implementación del modelo de negocio y del diseño organizativo.

RA-3. Identificar las estrategias de gestión empresarial innovadoras como la del líder, la del seguidor y la delimitador.

RA-4. Saber las principales funciones que abarca la gestión de la innovación en una empresa.

RA-5. Identificar las estrategias de gestión empresarial innovadoras.

ASIGNATURA: Dirección de marketing

RA-1. Identificar las políticas de marketing de producto, precio, distribución, comunicación y comercialización de una empresa.

RA-2. Realizar una investigación de mercado aplicando las técnicas explicadas.

RA-3. Identificar las diferentes estrategias de marketing.

RA-4. Crear una estrategia de marketing para una empresa.

ASIGNATURA: Dirección y gestión financiera

RA-1. Entender el papel de las finanzas en la toma de decisiones empresariales.

RA-2. Comprender y analizar de manera eficaz un balance y una cuenta de resultados.

- RA-3. Analizar cuáles son las principales fuentes de la información financiera.
- RA-4. Valorar proyectos de inversión y empresas.
- RA-5. Entender el papel de las finanzas como herramienta para conseguir los objetivos del Plan Estratégico de la empresa y garantizar su supervivencia.

ASIGNATURA: Habilidades directivas y gestión de Recursos Humanos

- RA-1. Desarrollar las estrategias de gestión de las personas a partir del plan estratégico corporativo.
- RA-2. Identificar las distintas políticas de recursos humanos.
- RA-3. Aprender a identificar el valor que cada persona tiene respecto a las tareas que desarrolla en una empresa y el papel que cumple su integración en la misma.
- RA-4. Identificar aquellas prácticas de Recursos Humanos que mayor valor añadido aportan a una actividad empresarial determinada.
- RA-5. Explicar la función del departamento de recursos humanos y su relación con el resto de la compañía.
- RA-6. Identificar y promover las conductas relacionadas con desempeños profesionales exitosos.
- RA-7. Facilitar el conocimiento y la adquisición de las competencias y habilidades directivas básicas de los diferentes miembros que integran la organización.

ASIGNATURA: Entorno Económico Internacional

- RA-1. Describir los conceptos relacionados con el sistema financiero.
- RA-2. Explicar las características y el funcionamiento de los mercados monetarios y cambiarios.
- RA-3. Identificar las herramientas de gestión del riesgo.
- RA-4. Aplicar los conceptos económicos y métodos de análisis de las variables y flujos económicos internacionales.
- RA-5. Extraer la información relevante del entorno económico internacional.

ASIGNATURA: Dirección de Operaciones, Logística y Calidad

- RA-1. Valorar la estrategia de operaciones en el modelo de negocio y la estrategia de la empresa.
- RA-2. Analizar el impacto de las diferentes decisiones estratégicas en el ámbito de la Chain en las medidas operativas y tácticas adoptadas sobre la cadena de suministro.
- RA-3. Identificar los principales indicadores para medir el rendimiento de la cadena de suministro de la empresa.
- RA-4. Identificar las tecnologías que tendrán un mayor impacto sobre la eficiencia de las operaciones y las innovaciones que ayudarán a las empresas a ser más competitivas.
- RA-5. Identificar los criterios organizativos a nivel logístico como pieza clave en la construcción de los procesos internos de la empresa.

ASIGNATURA: Marketing Internacional

RA-1. Ser capaz de proponer y ejecutar un plan de marketing internacional que permita abrir nuevos mercados y detectar nuevas áreas de negocio.

RA-2. Identificar el mejor modelo de marketing para afrontar los retos de la competencia desde una posición proactiva en la elección de las decisiones oportunas.

RA-3. Tener capacidad de comunicación, influencia y eficacia a nivel internacional.

RA-4. Tener una capacidad para aplicar en la práctica profesional los conocimientos adquiridos cerca de los modelos de marketing con criterios de transparencia y buen gobierno.

RA-5. Mostrar, explicar y justificar las características de la estrategia de marketing internacional propuesta.

ASIGNATURA: Dirección y técnicas de venta

RA-1. Identificar las distintas técnicas de venta y ser capaz de liderar la organización de las mismas con criterios de corresponsabilidad y competencia.

RA-2. Identificar la estructura y los objetivos del estándar global en materia de dirección de ventas.

RA-3. Aplicar la metodología de dirección comercial más acorde con las necesidades del proyecto global.

RA-4. Identificar las principales herramientas de dirección y técnicas de venta.

ASIGNATURA: Las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para la Dirección

RA-1. Comprender las transformaciones de la sociedad y de los consumidores provocadas por las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

RA-2. Identificar las herramientas para contrastar y evaluar los marcos de referencia sobre la gestión de servicios de la Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

RA-3. Identificar modelos de gestión innovadores y cómo se aplican en diferentes sectores e industrias.

RA-4. Conocer las distintas posibilidades que permite Internet, los móviles y PDAs y los Sistemas de Información en general para una mejor gestión del negocio.

RA-5. Identificar las diferentes iniciativas que se plantean desde el mundo tecnológico para la gestión de empresas.

ASIGNATURA: Función de las Redes Sociales en la Cadena de Valor

RA-1. Describir la situación actual de las redes sociales y los cambios futuros en los negocios a nivel global.

RA-2. Describir la universalización de los intercambios y relaciones que las redes sociales han hecho posible.

RA-3. Identificar las redes sociales y la importancia de las tecnologías en una empresa.

RA-4 Medir el impacto de las redes sociales: oportunidades, retos y amenazas.

ASIGNATURA: La economía digital (Digital Business)

RA-1. Comprender las transformaciones de la sociedad y de los consumidores por la transición a una economía digital.

RA-2. Identificar y describir los cambios en los modelos de negocio y los nuevos modelos existentes.

RA-3. Explicar la importancia de las operaciones, la tecnología y el marco legal en el que opera el proyecto en internet.

RA-4. Revisar los conceptos aprendidos en el ámbito de la estrategia empresarial y corporativa a la realidad de la economía digital.

RA-5. Investigar con respecto a los modelos de negocio en la red.

ASIGNATURA: El emprendedor global (Global Entrepreneurship)

RA-1. Identificar oportunidades de negocio.

RA-2. Evaluar la viabilidad de nuevas empresas.

RA-3. Evaluar las etapas críticas en la internacionalización de la empresa, teniendo en cuenta el proceso de toma de decisiones necesario para poner en marcha un proyecto internacional de principio a fin.

## 4. Plan de estudios

### Descripción del plan de estudios

El plan de estudios se estructura en módulos, en los que se ha hecho coincidir la unidad administrativa y la académica. Los 60 créditos se distribuyen en módulos, que tienen en todos los casos carácter semestral, compuestos por materias que tienen bien 6 créditos, bien 3 créditos. Se atribuye a cada crédito un valor de 25 horas de trabajo del alumno/a, lo que supone una dedicación anual de 1500 horas.

La estructura del plan comprende:

- Materias obligatorias: 36ECTS
- Materias optativas: 12ECTS
- Trabajo Fin de Máster: 12ECTS

#### Explicación general de la planificación del plan de estudios

La estructura elegida para el presente máster es la de módulos.

El **primer módulo** tiene como objetivo consolidar los conocimientos relacionados con la dirección y gestión empresarial en un entorno altamente cambiante y claramente enfocado a la innovación, la actividad internacional y la dirección estratégica conducente a una mejora en los procesos y resultados empresariales.

El **segundo módulo**, con un carácter primordialmente profesionalizador, ofrece la posibilidad de desarrollar la internacionalización en el campo del marketing, o bien profundizar en el área comercial a través de las nuevas técnicas de venta bajo un prisma de dirección.

El **tercer módulo** marca la optatividad del master conjugando elementos clave de la dirección y gestión de empresas en nuestros días, la internacionalización enfocada en el rol del emprendedor, los negocios digitales y las redes sociales. Los alumnos podrán seleccionar dos de las cuatro asignaturas propuestas. Dos asignaturas se impartirán en lengua castellana y las otras dos en inglés para desarrollar las competencias lingüísticas de esta lengua en un contexto profesional.

Adicionalmente, se ofrece también la posibilidad de realizar el Bootcamp “Impulso: Estrategia, Innovación y Liderazgo”, acreditado con 6 ECTS, con la intención de dotar a los estudiantes de habilidades y competencias clave y reforzar sus fortalezas existentes, permitiéndoles obtener una visión 360º del mundo empresarial.

El **cuarto módulo** es el Trabajo Fin de Máster donde el/la alumno/-a desarrollará un Trabajo Fin de Máster con una carga lectiva de 12 ECTS orientado a un proyecto relacionado con la dirección y gestión de una empresa.

Para presentar el Trabajo Fin de Máster es necesario que el alumno/a haya superado todos los créditos obligatorios y uno de los itinerarios de especialización.

## Planificación y descripción de los módulos

| MÓDULO I  | ECTS | CARÁCTER    | SEMESTRE |
|---|------|-------------|----------|
| Dirección y Gestión de Empresas   | 36   | Obligatorio | Primero  |
| MATERIA / ASIGNATURA  | ECTS | CARÁCTER    | SEMESTRE |
| Estrategia empresarial e innovación   | 6    | Obligatorio | Primero  |
| Dirección de Marketing  | 6    | Obligatorio | Primero  |
| Dirección y gestión financiera  | 6    | Obligatorio | Primero  |
| Habilidades directivas y gestión de recursos humanos  | 6    | Obligatorio | Primero  |
| Dirección de Operaciones, Logística y Calidad   | 6    | Obligatorio | Segundo  |
| Entorno Económico Internacional   | 6    | Obligatorio | Primero  |
| REQUISITOS PREVIOS  |      |             |          |
| Sin requisitos previos  |      |             |          |
| DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS DE CADA ASIGNATURA  |      |             |          |
| <p><b><u>Asignatura 1: Estrategia empresarial e innovación</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseño organizativo</li> <li>2. Estrategias empresariales según las características del sector</li> <li>3. Innovación estratégica</li> <li>4. Misión, visión y valores de las empresas</li> <li>5. La necesidad de cambios en los modelos de negocio de las empresas</li> <li>6. Generación de nuevos modelos de negocio innovadores</li> <li>7. Gestión de la innovación</li> </ol> <p><b><u>Asignatura 2: Dirección de marketing</u></b></p> |      |             |          |

1. Introducción a la Dirección de marketing
2. Comportamiento del consumidor
3. Marketing estratégico: Segmentación, targeting y posicionamiento
4. Marketing relacional
5. CRM (Customer Relationship Management)
6. Estrategias y lanzamiento de productos
7. Estrategias de precio y comunicación
8. Dirección de equipos de ventas
9. Estrategia de distribución
10. Marketing digital

### **Asignatura 3: Dirección y gestión financiera**

1. Estructura financiera de la empresa
2. Valoración de activos
3. Valoración de proyectos de inversión
4. La autofinanciación: amortización y beneficios
5. El capital circulante
6. La gestión de activos líquidos
7. La financiación a corto plazo
8. Las previsiones financieras
9. La planificación financiera a largo plazo
10. El control Económico-Financiero
11. Decisiones financieras tácticas

### **Asignatura 4: Habilidades directivas y gestión de recursos humanos**

1. El directivo y la gestión por competencias
2. La toma de decisiones y resolución de problemas
3. La comunicación efectiva y las técnicas de negociación
4. La gestión del tiempo y la dirección de reuniones
5. El aprendizaje emocional y social
6. La gestión del estrés



7. El desarrollo de la arquitectura social en las organizaciones
8. Cuadro de mando integral aplicado a la gestión de recursos humanos
9. Análisis de los participantes en la relación de trabajo
10. Presentación de las diferentes palancas: Organización, Selección, Desarrollo, Formación, Gestión del Potencial, Gestión del Desempeño y Retribución
11. El liderazgo y el trabajo en equipo
12. La motivación de los colaboradores
13. La resolución de conflictos

#### **Asignatura 5: Dirección de operaciones, logística y calidad**

1. Contenido y proceso de la estrategia de operaciones como ventaja competitiva
2. Decisiones de capacidad
3. Redes de suministro
4. Tecnología del proceso
5. Estructura organizativa, mejora y desarrollo de la estrategia de operaciones
6. Medidas de rendimiento de la estrategia de operaciones
7. Logística y supply chain management.
8. Sistemas productivos y de gestión de calidad
9. Lean management
10. Los canales de distribución comercial al servicio de la empresa
11. Métodos de selección de los canales
12. Tendencias actuales en la distribución

#### **Asignatura 6: Entorno económico internacional**

1. Las herramientas: informes y datos de los principales organismos internacionales y bancos centrales
2. Instrumentos para el análisis: los indicadores de competitividad externa, los mercados de trabajo y saldos presupuestarios.
3. Los principales rasgos de la economía mundial: evolución reciente y perspectivas

4. Aspectos del entorno económico internacional influyentes en la actividad de la empresa: tipo de interés, inflación, tipo de cambio, impuestos o gasto público
5. La globalización e internacionalización de los negocios en las empresas multinacionales
6. Procesos y efectos de la internacionalización en los negocios internacionales: el comercio internacional y la inversión directa extranjera

| MÓDULO II   | ECTS | CARÁCTER | SEMESTRE |
|---|------|----------|----------|
| Orientación profesional   | 12   | Optativo | Segundo  |
| MATERIA / ASIGNATURA  | ECTS | CARÁCTER | SEMESTRE |
| Marketing Internacional   | 6    | Optativo | Segundo  |
| Dirección y técnicas de venta   | 6    | Optativo | Segundo  |
| REQUISITOS PREVIOS  |      |          |          |
| Sin requisitos previos  |      |          |          |
| DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS DE CADA ASIGNATURA  |      |          |          |
| <p><b><u>Asignatura 1: Marketing Internacional</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Análisis del entorno, del consumidor y del mercado; diagnóstico de la situación internacional</li> <li>2. Key Performance Indicators. Herramientas del control del plan de marketing internacional</li> <li>3. Lanzamiento internacional de un nuevo producto o negocio a través de la red</li> <li>4. Planificación de una estrategia internacional de la relación con el cliente</li> <li>5. Marketing y sostenibilidad en un mundo global</li> <li>6. Gestión de marcas internacionales en el entorno digital</li> <li>7. Consideraciones de producto y marca en el ámbito internacional</li> </ol> |      |          |          |

### Asignatura 2: Dirección y técnicas de venta

1. Introducción a la dirección y técnicas de venta
2. Diseño de la estrategia y estructura de la fuerza de ventas
3. Reclutamiento y selección de vendedores
4. Formación de vendedores
5. Remuneración de vendedores
6. Motivación de vendedores
7. Control de ventas y evaluación de vendedores
8. El proceso de venta
9. Aplicación de técnicas de venta

## Especialidades

| MÓDULO III   | ECTS     | CARÁCTER        | SEMESTRE       |
|--|----------|-----------------|----------------|
| Especialización  | 12       | Obligatorio     | Segundo        |
| MATERIA / ASIGNATURA   | ECTS     | CARÁCTER        | SEMESTRE       |
| <b>Las nuevas Tecnologías de la Información y sus Comunicaciones (TIC) para la dirección</b>   | <b>3</b> | <b>Optativo</b> | <b>Segundo</b> |
| Función de las Redes Sociales en la Cadena de Valor  | 3        | Obligatorio     | Segundo        |
| <b>La economía digital (Digital Business)</b>  | <b>3</b> | <b>Optativo</b> | <b>Segundo</b> |
| El emprendedor global (Global entrepreneurship)  | 3        | Obligatorio     | Segundo        |
| REQUISITOS PREVIOS   |          |                 |                |
| Sin requisitos previos   |          |                 |                |
| DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS DE CADA ASIGNATURA   |          |                 |                |
| <p><u>Asignatura 1 Las nuevas Tecnologías de la Información y sus Comunicaciones (TIC) para la dirección</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué son las TIC?</li> <li>Elementos de una arquitectura TIC</li> <li>Transformación social provocada por las TIC</li> <li>Jugadores que intervienen en las TIC y su interrelación</li> <li>Herramientas Tecnológicas para la Dirección</li> <li>Herramientas de Gestión de clientes</li> <li>Herramientas de Gestión de Información</li> <li>Herramientas de Integración de Datos y Aplicaciones</li> <li>Herramientas de Gestión de contenido</li> <li>Estrategia y artefactos de Gestión de las TIC</li> <li>Las TIC en la Atención al Cliente</li> <li>Las TIC como elemento de desarrollo de los servicios financieros</li> </ol> <p><u>Asignatura 2 Función de las Redes Sociales en la Cadena de Valor</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Las redes sociales y el cambio en los procesos empresariales: de la cadena de valor a la red de valor</li> <li>Las redes sociales en el área de marketing</li> <li>Las redes sociales en el área comercial</li> </ol> |          |                 |                |

4. Las redes sociales y el área de recursos humanos
5. La organización del trabajo: deslocalización geográficas y teletrabajo
6. Las políticas internas del uso de las redes sociales en el entorno laboral: el uso de las redes sociales en la empresa y el código de buenas prácticas
7. Las redes sociales por sectores y tendencias digitales

#### **Asignatura 3 La economía digital (Digital Business)**

1. Concepto de economía digital
2. Marco y aspectos legales del negocio digital
3. El modelo de creación de valor digital: los ingresos
4. Modelos de negocio digitales y on-line
5. La transformación de la oferta: portfolio de productos y servicios en la economía digital
6. Cloud Computing: negocios en la nube
7. Estrategias de negocio digital y efectos sobre el modelo de dirección estratégica empresarial
8. Gestión de proyectos digitales
9. Metodologías, regulación y evolución en la economía digital
10. Comportamiento de usuarios y consumidores en la sociedad red

#### **Asignatura 4 El emprendedor global (Global entrepreneurship)**

1. Qué es ser un emprendedor
2. Oportunidades de negocio
3. El plan estratégico de negocio
4. La dirección e implementación del plan de marketing
5. La gestión comercial para emprendedores
6. Las finanzas para emprendedores
7. Coaching para emprendedores: la búsqueda de la mejora del rendimiento
8. Competencias fundamentales para emprendedores

| MÓDULO IV  | ECTS | CARÁCTER    | SEMESTRE |
|--|------|-------------|----------|
| Trabajo Fin de Máster  | 12   | Obligatorio | Segundo  |
| MATERIA / ASIGNATURA   | ECTS | CARÁCTER    | SEMESTRE |
| Orientación profesional / Investigadora  | 12   | Obligatorio | Segundo  |
| Trabajo Fin de Máster (orientación profesional)  | 12   | Obligatorio | Segundo  |
| Trabajo Fin de Máster (orientación investigadora)  | 12   | Obligatorio | Segundo  |
| REQUISITOS PREVIOS   |      |             |          |
| Haber aprobado satisfactoriamente las materias de los módulos de formación obligatoria y las optativas hasta los 48 ECTS.  |      |             |          |
| DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS DE CADA ASIGNATURA   |      |             |          |
| <p><b><u>Trabajo Fin de Máster</u></b></p> <p>El Trabajo Fin de Máster compendia los conocimientos y habilidades adquiridos durante todo el Máster. Podrá tener, básicamente, dos modalidades, según la orientación elegida sea investigadora o profesional.</p> <p>El Trabajo Fin de Máster consiste en la realización de un proyecto, memoria o estudio, en el que se apliquen y desarrollen los conocimientos adquiridos en los módulos 1, 2 y 3.</p> <p>Este trabajo deberá permitir evaluar los conocimientos y capacidades adquiridos por el alumno, teniendo en cuenta su carácter multidisciplinar y su orientación profesional.</p> |      |             |          |

# 5. Coordinación

## Coordinación del título

Dado que parte de las competencias específicas descritas más adelante se desarrollan a lo largo de diferentes materias, la coordinación entre los/as diferentes docentes, así como entre ellos/as y el alumnado es fundamental para garantizar la adecuada adquisición de las mismas.

La coordinación docente del título recae sobre varias figuras a diferentes niveles:

### 1. Director/a del título: **Dra. Laura Ibáñez Gallén**

Es el máximo responsable del título. Se encarga de la planificación y supervisión de las actividades formativas, el cronograma, la elección de docentes, armonización de criterios para la realización de actividades, unificación de los criterios de evaluación, información a los/as estudiantes, materiales que estarán a disposición del alumnado.

### 2. Coordinador/a del título: **Dr. Francisco Javier Zamora Saborit**

En estrecha colaboración con el/la director/a del máster, es responsable de la planificación de las actividades formativas en cuestiones como horarios, coordinación con el resto de docentes, armonización de criterios para la realización de actividades, información a los/as estudiantes, subida de materiales a disposición del alumnado, etc.

### 3. Docentes

Es el responsable de impartir conocimientos de la asignatura y supervisar el correcto desarrollo de la misma. También responden a las posibles dudas del alumnado en el foro docente y gestionan las actividades y materiales docentes.

## 6. Actividades formativas

La metodología del aprendizaje de cada asignatura docente va a ser similar en todas las materias teóricas diseñadas.

Asumiendo su carácter de educación on-line, la metodología docente de cada uno de los módulos sigue, en líneas generales, la propia de la Universidad, que trata de reproducir en la pantalla del ordenador las interacciones características de un aula física.

El alumnado dispondrá en todo momento de una Guía Docente definida, que será además comentada por el profesorado propio de la Universidad al inicio de cada materia, y que orientará su trabajo y dedicación temporal. Además, el alumnado contará con un material de trabajo completo, diseñado específicamente para obtener el mayor rendimiento que las herramientas virtuales posibilitan (enlaces de consulta, de ampliación de contenidos, bibliografía, material multimedia, etc.).

Además de los recursos generales que la Universidad pone a su disposición, cada alumno/a contará con un espacio personal de tutorías, que podrán ser individuales o grupales en función de las necesidades específicas de cada una de las materias y el desarrollo personal del trabajo, así como de un correo de consulta, vídeos explicativos, foros y chats (estos espacios se denominan e-presenciales).

El docente responsable de la materia será el encargado de programar las actividades conjuntas y de gestionar el adecuado aprovechamiento temporal del alumnado. Además, se encargará de proponer, corregir y evaluar las tareas propuestas, sean realizadas como trabajo individual o en equipo, pudiendo ampliarlas o centrarlas en aspectos específicos en caso de considerarlo necesario.

Es importante destacar el peso que se da a las sesiones de videoconferencia en la docencia del Título, puesto que se trata del mecanismo de comunicación profesorado-alumnado más común, utilizándose para impartir la mayoría de las clases magistrales, seminarios, tutorías individuales y grupales, actividades guiadas, etc.

Las materias han sido diseñadas específicamente para la formación on-line, con el aprovechamiento de los recursos que la enseñanza on-line puede ofrecer. En el caso de este título, y dada su específica orientación hacia las TIC, el manejo de las herramientas virtuales y diferentes plataformas y mecanismos informáticos supone ya de por sí un valor añadido a la formación de los/as estudiantes.



# 7. Metodología

## 1. Documento multimedia y textos

El primer día de la materia se proporcionará a los/las estudiantes un documento dinámico de la materia que integra sonido, imagen y texto escrito. Este documento puede utilizarse sin franja horaria a lo largo de toda la materia. Igualmente, el alumnado tendrá accesible el material teórico en formato .pdf.

## 2. Clases teóricas:

### a. Videos de expertos

Se proporcionarán a los estudiantes vídeos elaborados por expertos internacionales en el área, donde se tratarán temas de actualidad y/o relevancia científica; estos vídeos podrán visionarse sin franja horaria durante el transcurso de la materia.

### b. Clases magistrales con el docente<sup>1</sup>

Durante el transcurso de la materia, el tutor responsable de la misma impartirá clases magistrales por videoconferencia, donde se profundizará en temas relacionados con la materia. Estas clases deberán seguirse en el horario establecido en la planificación de cada materia, si bien quedarán grabadas para un posible visionado posterior.

## 3. Actividades guiadas

Con el fin de profundizar y de tratar temas relacionados con cada materia se realizarán varias actividades guiadas por parte del profesorado de la Universidad a través de videoconferencia. Estas clases deberán seguirse en el horario establecido en la planificación de cada materia, si bien quedarán grabadas para un posible visionado posterior.

## 4. Foro Formativo

La herramienta del Foro será empleada de forma asíncrona para tratar temas de debate planteados por el profesorado de la Universidad. Como se indica en el siguiente apartado, esta herramienta también se empleará para resolver las dudas del alumnado.

## 5. Tutorías

### a. Tutorías colectivas

Se impartirán de forma síncrona mediante videoconferencias al inicio y al final de la materia. En la primera se presentará la materia (profesorado, planificación y material recomendado) y la segunda estará destinada a resolver las dudas planteadas por el

---

<sup>1</sup> Además, especialistas invitados de reconocido prestigio impartirán charlas interactivas sobre un tema de actualidad vinculado a la materia en curso en algunas materias.

alumnado, a su valoración sobre el desarrollo de la materia, y a la preparación de la evaluación. Estas clases deberán seguirse en el horario establecido en la planificación de cada materia, si bien quedarán grabadas para un posible visionado posterior.

### **c. Tutoría individual**

El alumnado podrá resolver sus consultas por correo electrónico y/o a través del apartado de Tutorías dentro del Foro Dudas. Existirá, además, la posibilidad de realizar tutorías individuales mediante sesiones de videoconferencia por petición previa del estudiante en el plazo establecido.

## **6. Seminario**

Como complemento a la materia impartida, en cada asignatura se realizarán actividades participativas sobre revisión bibliográfica, temas de interés y actualidad sobre la materia, temas de iniciación a la investigación o uso de herramientas TIC, que se impartirán por el profesorado de la Universidad de forma síncrona mediante la herramienta de videoconferencia.

## **7. Trabajo autónomo del alumnado**

Es necesaria una implicación del alumnado que incluya la lectura crítica de la bibliografía, el estudio sistemático de temas, la reflexión sobre los problemas planteados, la resolución de las actividades planteadas, la búsqueda, análisis y elaboración de información, etc. El profesorado propio de la Universidad seguirá teniendo una función de guía, pero se exigirá al estudiante que opine, resuelva, consulte y ponga en práctica todo aquello que ha aprendido. Los trabajos podrán ser realizados de manera individual o grupal.

## 8. Evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias. De acuerdo con la descripción que se da en la Guía Docente General del título presentamos un resumen de la distribución de los porcentajes de evaluación.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

### Sistema de evaluación

La Evaluación del título contiene 2 partes: la evaluación de los módulos docentes impartidos en el Máster (80%) y la evaluación del trabajo Fin de Máster (20%).

A su vez, la evaluación de los tres módulos docentes incluye dos grandes modos de la evaluación: la evaluación continua (representa el 60% de la nota final de cada materia) y la evaluación final (representa el 40% de la nota final).

| <b>I. Evaluación de asignaturas   80%</b>  |
|--|
| <p>La Unidad de Evaluación es la materia. De esta forma, se realiza el seguimiento directamente en cada materia, y se extrae una síntesis del desempeño mostrado en cada una de ellas. Para ello se tiene en cuenta tanto dimensiones cognitivas de las realizaciones del alumnado, como otras de carácter no-cognitivo, tales como, actitudes, motivación, o esfuerzo, entre otras. Los instrumentos sobre los que se apoya son los siguientes:</p> |
| <p><b>1. Evaluación continua de la asignatura: Portafolio (60% de la nota de la asignatura)</b></p> <p>En el portafolio (conjunto de actividades que formarán parte de la evaluación continua de cada asignatura) se evaluarán distintos aspectos planteados en las Actividades Guiadas, Foros o Seminarios de los que conste la asignatura. Se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:</p>   |
| <p><b>a. Participación del alumnado en las sesiones de videoconferencia y en el foro (20%)</b></p> <p>Entendemos la participación de forma global, sea en las sesiones de videoconferencia en directo (oral, por chat, trabajo en equipo) y/o en el resto de actividades docentes de cada Asignatura (foros, tutorías, trabajo autónomo en grupo, etc.), lo que implica que tanto quienes asistan a clase como</p>                                   |

quienes participen de forma asíncrona podrán optar a la misma puntuación. Su evaluación corresponde a un 10% de la nota de la Asignatura.

La participación del alumnado en la Asignatura se promoverá mediante:

- ✓ La interacción síncrona del alumnado con el profesorado en las sesiones de clase impartidas por videoconferencia (Clases magistrales, Charlas, Seminarios, Actividades guiadas y Tutorías colectivas), a partir de la realización de comentarios o consultas a lo largo de la clase o durante la última parte de la misma, ya sea de forma oral o utilizando el chat integrado en la aplicación de videoconferencia.

Las Actividades Formativas Foro estarán disponibles en la sección Foro Formativo del Campus virtual. En ellas el alumnado participará en una discusión sobre temas relacionados con la Asignatura. La Actividad Formativa Foro estará accesible por tiempo limitado (generalmente desde el primer día de la asignatura hasta el día de su finalización, en primera convocatoria).

#### **b. Tareas propuestas en los Seminarios (20%)**

En los Seminarios se podrán proponer tareas o trabajos de Revisión Bibliográfica a realizar de forma autónoma por el alumnado, normalmente por grupos reducidos.

#### **c. Tareas propuestas en las Actividades Guiadas (20%)**

En general, las Actividades Guiadas comprenderán el desarrollo y entrega de una tarea por parte del alumnado. Las tareas solicitadas en las Actividades Guiadas serán trabajos o memorias originales del propio alumnado sobre procedimientos, ejercicios o discusiones

#### **2. Pruebas referidas a estándares (40% de la nota de la asignatura)**

Las pruebas de Evaluación de cada materia serán realizadas al final de cada asignatura, y se dirigen a evaluar las dimensiones cognitivas (sean conceptuales o procedimentales) de las competencias. Serán administradas por ordenador a través del Campus. Todos los estudiantes que se vayan a presentar a la misma convocatoria serán citados el mismo día y a la misma hora, para realizar la misma prueba, a efectuar sin material.

**NOTA: Es necesario alcanzar una puntuación mínima de 5 sobre 10 en cada asignatura para superar la misma.**

**NOTA: Se deberá obtener una puntuación mínima de 5 sobre 10 en cada uno de los dos apartados 1 y 2 descritos para superar cada asignatura.**

**NOTA: El alumnado tiene derecho a dos convocatorias por asignatura dentro del curso académico en el que se matricula, pero una vez superada la asignatura no se podrá presentar a otra convocatoria para subir nota.**

## II. Evaluación del TFM 20%

### Los elementos de evaluación del TFM son:

- Entrega del trabajo final individual tutelado: Calidad del estado de la cuestión del tema estudio: 70%
  - o Documento Trabajo Final de Máster (12 ECTS): 70%
- Defensa de los trabajos, individual: Grado de adecuación del trabajo a las indicaciones dadas por el tutor. Capacidad de argumentar. Dominio de la terminología propia de la disciplina. Claridad expositiva, tanto escrita como verbal Orientación investigadora:
  - o Defensa Trabajo Final de Máster (12 ECTS): 30%

## Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación vendrán definidos en la Guía Didáctica de cada asignatura.

## 9. Bibliografía

En la guía docente de cada asignatura encontrarán la bibliografía/webgrafía recomendada.

## 10. Encuestas de satisfacción

Actualmente, la pretensión última de la Universidad Internacional de Valencia es garantizar la calidad total y excelencia de los títulos impartidos, lo que implica la puesta en marcha de una estrategia de gestión sistemática, estructurada y continua de los estándares de calidad exigidos. La Universidad, como institución educativa, pretende en este punto dejar clara su apuesta por la calidad en los títulos propuestos, así como la puesta en marcha de todos los medios a su alcance para asegurar y demostrar esa calidad.

Trabajando en esta línea, al final de cada asignatura el alumnado podrá realizar una encuesta de seguimiento para evaluar la calidad de la formación recibida. En esta encuesta se podrán evaluar los distintos elementos que integran la docencia de cada materia.