

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	GESTION EMPRESARIAL DE LA CONSTRUCCIÓN
Titulación	MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN INTERNACIONAL DE LA EDIFICACIÓN Y CONSTRUCCIÓN-MBA
Escuela/ Facultad	ARQUITECTURA, INGENIERÍA Y DISEÑO
Curso	1
ECTS	12
Carácter	OBLIGATORIO
Idioma/s	CASTELLANO
Modalidad	PRESENCIAL/A DISTANCIA
Semestre	1
Curso académico	2024/2025
Docente coordinador	ANDRÉS LORENZO RODRÍGUEZ/ MARTA RAMÍREZ DE DAMPIERRE/ VANESSA CAAMAÑO

2. PRESENTACIÓN

La asignatura de Gestión empresarial de la construcción es una asignatura de carácter obligatorio dentro de la planificación de las enseñanzas del Máster Universitario en Gestión Internacional de la Edificación y Construcción- International Construction Management MBA de la Universidad Europea de Madrid.

En ella se pretende que el estudiante pueda conocer y entender conceptos relacionados con la gerencia de una empresa constructora, desde su organización y sistemas de información económica a nivel nacional e internacional, así como el sistema jurídico español y su relación con los sistemas internacionales. El alumno podrá familiarizarse también con los conceptos financieros más básicos, como introducción a lo que posteriormente se desarrollará en la asignatura de "Estructura de Financiación Internacional".

Finalizado el módulo el estudiante conocerá y manejará también conceptos relacionados con el marketing y habilidades directivas, imprescindibles sin duda, para la gestión directiva de una empresa constructora.

Se concibe de esta forma desde un punto de vista teórico-práctico, lo que sitúa al estudiante de forma privilegiada ante supuestos reales siendo el alumno capaz de resolverlos aplicando los conocimientos y competencias adquiridas.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONOCIMIENTOS

CON1. Definir los modelos y el funcionamiento de una empresa constructora

- Categorizar el funcionamiento de una empresa constructora, su organización y los sistemas de información económica a nivel nacional e internacional.
- Valorar el impacto del entorno jurídico y fiscal en el que desarrollan las actividades este sector empresarial.

HABILIDADES

HAB1. Emplear habilidades directivas en la gestión empresarial de la construcción

- Desarrollar habilidades directivas en ámbitos multiculturales.

COMPETENCIAS

COMP1. Identificar la organización de una empresa constructora y diferenciar sus principales procesos, así como los diferentes sistemas de gestión a nivel internacional.

COMP2. Integrar los conocimientos adquiridos a nivel de especialización y con carácter práctico sobre los sistemas más avanzados de control de costes, políticas de compras, procedimientos y normativas de compras y subcontratación tanto en entornos nacionales como internacionales.

COMP6. Capacidad para interpretar la situación de los mercados internacionales de interés.

COMP7. Detectar y cuantificar los distintos indicadores para extraer conclusiones sobre las oportunidades de negocio que van a surgir en mercados nacionales e internacionales.

COMP8. Entender los distintos modelos de negocio que se utilizan en los procesos de edificación y construcción a nivel nacional e internacional para extraer conclusiones sobre las actuaciones a realizar

COMP10. Capacidad para negociar la adjudicación de contratos en las mejores condiciones posibles.

COMP12. Comprender las particularidades de cada mercado, así como para entender y gestionar la diversidad derivada de la multiculturalidad inherente a los distintos grupos de interés.

COMP16. Capacidad para definir, implantar, actualizar y supervisar los planes directores de proyecto, estimar tiempos y costos del proyecto en las distintas fases, analizar y componer la Estructura de Desglose del Proyecto.

COMP17. Capacidad para diseñar medidas correctoras en las desviaciones de los proyectos.

COMP21. Capacidad para conocer las técnicas más avanzadas de gestión de Recursos Humanos y comunicación empresarial. Desarrollar, motivar y mantener el talento humano en la organización, analizando los instrumentos y los procedimientos claves en la gestión de RRHH.

COMP22. Capacidad para aplicar las competencias emocionales clave para cualquier función directiva, manejar la comunicación como estrategia para lograr los objetivos del proyecto.

COMP23. Capacidad para aplicar la técnica de gestión de riesgos y elección de las estrategias de respuesta.

COMP25. Capacidad de convencerse a sí mismo de que puede alcanzar altos niveles de desempeño de su trabajo, y que ello influya positivamente en una mejora sustancial de los resultados.

COMP26. Capacidad de continuar su formación de manera autónoma a lo largo de toda su carrera profesional.

Competencias Básicas:

CB1: 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

CB2: - 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

CB3: 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.

4. CONTENIDOS

- Introducción al entorno del sector internacional de la construcción nacional e internacional.
 - La organización general de la empresa constructora
 - El sector de la Construcción en la Economía Internacional. Sistemas de información económica.
 - El sistema jurídico español y su relación con los sistemas internacionales: Derecho laboral, derecho administrativo, derecho mercantil
- Gestión de empresa
 - Aspectos generales de la empresa. Economía y política de empresa. El caso especial de la empresa constructora.
 - Responsabilidad social corporativa
 - Dirección comercial y marketing. La oferta y la demanda en el mercado, tipos de mercado,
 - Dirección financiera de la empresa constructora: Costes. Estrategias y resultados. Sistema fiscal
 - Dirección estratégica de la empresa constructora
- Habilidades directivas
 - Dirección de recursos humanos: Habilidades Directivas.
 - Creación de empresas

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- MD1: Clase Magistral
- MD2: Aprendizaje Basado en Problemas
- MD3: Aprendizaje cooperativo

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Lecciones magistrales	80
Trabajos dirigidos y resolución de problemas	50
Debates, coloquios y participación oral	30
Exposición de trabajos	50
Trabajo personal individual	45
Trabajo personal en grupo	45
Visitas externas	No procede
TOTAL	300

Modalidad virtual/a distancia:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	10
Lectura de temas	35
Lectura y consulta de recursos complementarios	10
Actividades de aplicación individuales	20
Actividades de aplicación colaborativas	25
Caso, problema, proyecto	50
Tutorías	35
Cuestionarios de evaluación	5
Seguimiento y revisión de actividades	10

Estudio autónomo	100
TOTAL	300

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total del módulo:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimientos	60%
Actividades de aplicación individuales y colaborativas	40%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables del módulo:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 2
Actividad 2	Semana 4
Actividad 3	Semana 5
Actividad 4	Semana 6
Actividad 5	Semana 7
Actividad 6	Semana 8
Actividad 7	Semana 9
Actividad 8	Semana 10
Actividad 9	Semana 11
Prueba de conocimiento	Ver fechas SEDES

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Alcaide, J. C. (2015). Fidelización de Clientes. Libros profesionales de ESIC.
- Amat, O. (1999). Análisis de balances y estados financieros complementarios. Editorial Gestión 2000.
- Agúndez, M.A., Sánchez, L., Agúndez, I., y Villán, E. (2009). Manual de derecho para ingenieros. Editorial La Ley.
- Ansoff, I. (2006). Corporate strategy. Editorial Penguin.
- Artal Castells, M. Dirección de ventas. Editorial ESIC.
- Brealy, R. A. y Myers, S. C. (1998). Fundamentos de finanzas empresariales. Editorial Mac Graw Hill. 5ª edición.
- Cámara, D. y Sanz Gómez, M. (2001). Dirección de Ventas. Editorial Pearson.
- Cuervo García, A. (1996). Introducción a la Administración de Empresas. Editorial Civitas.
- Fraguas, R. (2016). Manual de geopolítica crítica. Editorial Tirant Humanidades.
- Gary Hamel, C. y Prahalad, K. (2008). Compitiendo por el futuro. Editorial Ariel.
- Grant, R. M. (2002). Dirección estratégica. Editorial Civitas.
- Green, C. H. (2000). Ventas basadas en la confianza. Editorial Gestión 2000.
- Johnson, G. y Scholes, K. (1998). Dirección estratégica. Editorial Prentice.
- Kewon, Petty, Scott, Martin. (1999). Introducción a las finanzas. Editorial Prentice Hall.
- Macía Domene, F. Marketing Online 2.0 Cómo Atraer y Fidelizar Clientes en Internet.
- Marote, D. OrganicSM. La forma natural de hacer Social Media Marketing.
- Mejía Llano, J.C. La guía del Community Manager. Estrategia, táctica y herramientas
- Michelin, F., Barea, M.T., Levaï, I., Messarovitch, I., y Lucena, E. (2009). Empresa y responsabilidad: Conversaciones con Ivan Levaï e Yves Messarovitch (Ensayo). Ediciones Encuentro.
- Mintzberg, H. (2000). El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Editorial Prentice Hall.
- Moraleda, A. (2001). La Entrevista de Ventas Perfecta. FC Editorial.
- Motterlini M., y Vitale, C. (2014). Economía emocional: en qué nos gastamos el dinero y por qué. Editorial Paidós.
- Olmedo, J. A. (2000). Manual del director comercial. Editorial Gestión 2000.
- Paván, B. Las mejores prácticas en redes sociales para empresas.
- Porter, M. E. (2001). Estrategia competitiva. Editorial Cecsca.
- Porter, M. E. (2009) Ventaja competitiva. Editorial Pirámide.
- Porter, M.E. (2012). La ventaja competitiva de las naciones. Editorial PyJ.
- Profit, B. (2010). Venta por relación: el nuevo paradigma de las ventas. Bresca Editorial.
- Rojas, P. y Redondo, M. Cómo preparar un Plan de Social Media Marketing.
- Sun Tzu. (1994). El arte de la guerra.
- Tovstiga, G. (2004). Estrategia en la práctica. Editorial Gránica.
- Trout, J., Nivkin, S. y Peralba, R. (2005). Diferenciarse o morir. Editorial McGraw-Hill.
- Vidales, J.C y Redondo, E. (2007). La Venta Consultiva. Editorial Pirámide.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:

orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.