

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	1. B. Gestión de Empresa
Titulación	Máster Universitario en Gestión Internacional de la Edificación y Construcción- MBA
Escuela/ Facultad	Arquitectura, Ingeniería y Diseño
Curso	Primero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	A distancia/Presencial
Semestre	Primero
Curso académico	2022/2023
Docente coordinador	Ángel Enríquez de Salamanca Ortíz

2. PRESENTACIÓN

La asignatura “Gestión de empresa” 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.

Dicha asignatura forma parte del módulo 1 denominado Gestión empresarial de la construcción, y en ella se pretende que el estudiante pueda conocer y entender el funcionamiento de una empresa constructora, sus sistemas de información económica, y conceptos como dirección estratégica, dirección comercial y marketing, y los fundamentos de la ética y la Responsabilidad social corporativa.

La asignatura “gestión de empresa” 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. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

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 en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más internacionales y 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.

Competencias transversales:

- CT1. *Responsabilidad*: Que el estudiante sea capaz de asumir las consecuencias de las acciones que realiza y responder de sus propios actos.
- CT3. *Conciencia de los valores éticos*: Capacidad del estudiante para sentir, juzgar, argumentar y actuar conforme a valores morales de modo coherente, persistente y autónomo.
- CT4. *Habilidades comunicativas*: Que el alumno sea capaz de expresar conceptos e ideas de forma efectiva, incluyendo la capacidad de comunicar por escrito con concisión y claridad, así como hablar en público de manera eficaz
- CT5. *Comprensión interpersonal*: Que el alumno sea capaz de realizar una escucha activa con el fin de llegar a acuerdos utilizando un estilo de comunicación asertivo, en ámbitos multiculturales.
- CT6. *Flexibilidad*: Que el estudiante sea capaz de adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas diversas. Supone valorar y entender posturas distintas adaptando su propio enfoque a medida que la situación lo requiera.
- CT7. *Trabajo en equipo*: Que el alumno sea capaz de participar de una forma activa en la consecución de un objetivo común, escuchando, respetando y valorando las ideas y propuestas del resto de miembros de su equipo.
- CT9. *Planificación*: Que el estudiante sea capaz de determinar eficazmente sus metas y prioridades definiendo las acciones, plazos, y recursos óptimos requeridos para alcanzar tales metas.
- CT10. *Innovación-Creatividad*: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.
- CT11. *Toma de decisiones*: Capacidad para realizar una elección entre las alternativas o formas existentes para resolver eficazmente diferentes situaciones o problemas.
- CT12. *Razonamiento crítico*: capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada y no desde la intuición

Competencias específicas:

- CE1. Identificar la organización de una empresa constructora y diferenciar sus principales procesos, así como los diferentes sistemas de gestión a nivel internacional.
- CE2. 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.
- CE6. Capacidad para interpretar la situación de los mercados internacionales de interés.
- CE7. Detectar y cuantificar los distintos indicadores para extraer conclusiones sobre las oportunidades de negocio que van a surgir en mercados nacionales e internacionales.
- CE8. 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
- CE10. Capacidad para negociar la adjudicación de contratos en las mejores condiciones posibles.
- CE12. 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.
- CE16. 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

- CE17. Capacidad para diseñar medidas correctoras en las desviaciones de los proyectos.
- CE23. Capacidad para aplicar la técnica de gestión de riesgos y elección de las estrategias de respuesta.
- CE25. 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.
- CE26. Capacidad de continuar su formación de manera autónoma a lo largo de toda su carrera profesional.

Resultados de aprendizaje:

- RA1: Identificar un plan estratégico incluyendo misión y valores de la empresa.
- RA2: Identificar los factores críticos de éxito para una adecuada planificación y ejecución de las áreas de comercial y marketing.
- RA3: Identificar y afianzar los conceptos esenciales sobre el área financiero de la empresa.
- RA4: Conocer y aplicar indicadores financieros, evaluación de inversiones y dinámica financiera.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CB2, CB3 CT6, CT9, CT12 CE1, CE6, CE8, CE12, CE26	RA1: Identificar un plan estratégico incluyendo misión y valores de la empresa.
CB1, CB2, CB3 CT5, CT6, CT10, CT12 CE1, CE8, CE10, CE26	RA2: Identificar los factores críticos de éxito para una adecuada planificación y ejecución de las áreas de comercial y marketing
CB1, CB2, CB3 CT5, CT6, CT10, CT12 CE1, CE8, CE10, CE26	RA3. Analizar la organización general de la empresa con las diferentes direcciones y sus funciones.
CB1, CB2, CB3 CT6, CT9, CT12 CE8, CE10, CE17, CE26	RA4. Conocer el organigrama más general de una empresa constructora y la función de sus intervinientes.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en seis unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en diferentes temas, dependiendo de las unidades:

Unidad 1. La Dirección estratégica de la empresa I

- 1.1. La dirección estratégica de una empresa
- 1.2. Herramientas de formulación estratégica
- 1.3. Estrategias genéricas
- 1.4. Ventaja competitiva y diferenciación

Unidad 2. La Dirección estratégica de la empresa constructora II

- 2.1. La creación de valor en la empresa
- 2.2. Estrategias de crecimiento
- 2.3. Estrategias de integración y diversificación
- 2.4. Alianzas estratégicas

Unidad 3. Dirección comercial y marketing I.

- 3.1. La venta consultiva en entornos profesionales
- 3.2. Gestión de las operaciones comerciales
- 3.3. Introducción al marketing B2B
- 3.4. El plan de marketing

Unidad 4. Dirección Estratégica de la empresa constructora III

- 4.1. Fidelización de clientes B2B
- 4.2. Entornos social- media de la empresa
- 4.3. Creando espacios sin competencia
- 4.4. Valor vs. Precio

Unidad 5. Dirección financiera de la empresa constructora I

- 5.1. Introducción a la contabilidad y las finanzas
- 5.2. Los estados financieros
- 5.3. El análisis económico-financiero
- 5.4. El cash-flow
- 5.6. Principios contables
- 5.7. Racionalidad
- 5.8. Resultados

Unidad 6. Dirección financiera de la empresa constructora II

- 6.1. Creación de valor para el accionista
- 6.2. La financiación del ciclo de explotación
- 6.3. Gestión y análisis financiero de los costes.
- 6.4. Descuento financiero
- 6.5. Financiación

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral
- Aprendizaje basado en problemas
- 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	40
Lectura de temas	6
Lectura y consulta de recursos complementarios	6
Actividades de aplicación individuales	20
Actividades de aplicación colaborativas	20
Caso, problema o proyecto	18
Tutorías	12
Estudio autónomo	20
Seguimiento y revisión de actividades	4
Pruebas de conocimientos	4
TOTAL	150

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminarios virtuales	8
Lectura de temas	17
Lectura y consulta de recursos complementarios	5
Actividades de aplicación individuales	10
Actividades de aplicación colaborativas	12
Caso, problema o proyecto	25
Tutorías	16
Estudio autónomo	50
Seguimiento y revisión de actividades	5
Pruebas de conocimientos	2
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

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

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba Conocimiento	60%
Actividades Aplicativas	40%

Modalidad online:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba conocimiento	60%
Actividades Aplicativas	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.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media (ponderada) con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Prueba conocimiento	Consultar Campus virtual

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.
- 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.
- Dolan, S.L, Soto, E. y Martín, I. (2000). Los 10 mandamientos para la dirección de personas. Editorial Gestión 2000.
- 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.
- Mintzberg, H. (2000). El proceso estratégico: conceptos, contextos y casos. Editorial Prentice Hall.
- Moraleda, A. (2001). La Entrevista de Ventas Perfecta. FC Editorial.
- 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 ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

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.