

Grado en Marketing y Comunicación Digital

Asignatura: Habilidades profesionales

Materia: Desarrollo Profesional

Créditos: 6 ECTS

Programa: Grado

Modalidad: Presencial

Curso: Primero

Semestre: Primero

1. Índice

1. Índice	2
2. Presentación.....	3
02.1 Descripción	3
02.2 Aplicaciones profesionales relevantes	3
3. Resultados de aprendizaje de la titulación	3
4. Resultados de aprendizaje de la materia.....	4
5. Contenidos.....	4
6. Metodología.....	5
7. Evaluación	6
8. Bibliografía	7
8.1 Bibliografía básica	7
8.2 Bibliografía complementaria	7

2. Presentación

02.1 Descripción

Tener una visión de quién eres y qué quieres es clave para el éxito en la vida. Debemos entender qué tipo de líderes somos y / o somos capaces de ser, cómo trabajar en un equipo, cómo comunicar nuestras ideas en un entorno multicultural y qué prácticas éticas y valores tener en cuenta en el momento de tomar decisiones.

Las Soft Skills son tan importantes como las habilidades técnicas y por esta razón, el curso "Desarrollo Profesional" está destinado a entender modelos, métodos y herramientas que se pueden implementar en una empresa para aprovechar el capital intelectual. El objetivo del programa es crear conciencia y determinar que los estudiantes comiencen a desarrollar las habilidades blandas necesarias para liderar personas y equipos, y también para liderarse con éxito a lo largo de su carrera.

02.2 Aplicaciones profesionales relevantes

El conjunto de aprendizaje recibido por el alumno en la asignatura es central en el desempeño de liderazgo y gestión de personas y para el desarrollo profesional de cada uno.

3. Resultados de aprendizaje de la titulación

- RAT1 - El estudiante será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT2 - El estudiante será capaz de identificar las relaciones entre la planificación, las estrategias industriales y comerciales, y el beneficio que reportan a la empresa.
- RAT4 - El estudiante será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT7 - El estudiante podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT8 - El estudiante será capaz de desarrollar las estrategias comerciales de marketing y de comunicación tradicionales y online, adecuadas a la estrategia empresarial.

- RAT9 – El estudiante sabrá predecir la evolución de los mercados, mediante el uso de herramientas cuantitativas y predictivas con un enfoque estratégico focalizado en la búsqueda de oportunidades y amenazas.
- RAT10 – El estudiante será capaz de analizar las cuentas de explotación de las distintas unidades estratégicas de negocio de una empresa como base para el diagnóstico objetivo en la toma de decisiones comerciales y de marketing.
- RAT17 – El estudiante sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y micro entorno.
- RAT18 – El estudiante será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT19 – El estudiante podrá diseñar la integración estratégica de la actividad comercial y de marketing de la empresa con las diferentes áreas funcionales de la misma.
- RAT21 – El estudiante será capaz de formular previsiones de ventas, anticipando tendencias y discontinuidades, para el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- RAT23 – El estudiante será capaz de diseñar políticas de responsabilidad social corporativa que colaboren en la mejora de la imagen y de la competitividad de la empresa, con balances sociales y alineadas con la misión y visión de la compañía.

4. Resultados de aprendizaje de la materia

- RAM3 – El estudiante será generar de forma solvente iniciativas con actitud proactiva para evitar problemas futuros.
- RAM4 – El estudiante será capaz de medir correctamente la efectividad del equipo mediante la presentación de los resultados obtenidos, mediante la aplicación de las técnicas de medición aprendidas.
- RAM6 – El estudiante será capaz de proponer cambios concretos en el método de trabajo a partir de nuevos objetivos y oportunidades para mejorar el resultado del negocio, mediante la realización de un proyecto escrito.
- RAM7 – El estudiante será capaz de contrastar adecuadamente la importancia de las técnicas de análisis utilizadas para identificar soluciones a problemas concretos, planteados en casos prácticos.
- RAM8 – El estudiante será capaz de validar correctamente el trabajo de un equipo a la hora de emprender acciones eficaces para fomentar el talento y las capacidades de otras personas, mediante la realización de un caso escrito.

5. Contenidos

Las Soft Skills son tan importantes como las habilidades técnicas y por esta razón, el curso "Desarrollo Profesional" está destinado a entender modelos, métodos y

herramientas que se pueden implementar en una empresa para aprovechar el capital intelectual. El objetivo del programa es crear conciencia y determinar que los estudiantes comiencen a desarrollar las habilidades blandas necesarias para liderar personas y equipos, y también para liderarse con éxito a lo largo de su carrera. En particular:

- Auto conocimiento
- Emociones
- Inteligencia emocional
- Motivación - Inspiración - Empatía Felicidad
- Adaptabilidad y resiliencia
- La complejidad de las organizaciones
- Misión, Visión y Valores
- El pensamiento sistémico
- Creatividad
- Trabajo en equipo
- El asertividad
- Liderazgo
- Escucha activa
- Planeación objetivos

6. Metodología

Resultados de aprendizaje trabajados	Metodología docente	Actividades formativas
Conocimiento	Clase magistral	Exposiciones del profesor
	Sesiones expositivas	Exposiciones de los estudiantes
	Tutorías	Reuniones para la resolución de dudas
	Aprendizaje basado en lecturas	Lectura y análisis de documentos
Habilidad	Aprendizaje basado en proyectos	Resolución de problemas
	Aprendizaje basado en audiovisuales	Análisis de audiovisuales
	Aprendizaje basado en casos	Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas

Competencia	Trabajo por proyectos	Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos
-------------	-----------------------	--

7. Evaluación

Sistema de evaluación	Peso
Evaluación continua: ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, casos de estudio	40 %
Examen parcial	20 %
Examen final	40 %

Al calcular la nota final, las actividades de evaluación continua la asignatura (participación, pruebas en clase, casos de seminarios y proyectos en grupo, examen parcial) se ponderarán sólo si la nota del examen final es igual o superior a 4,0. Por tanto, para obtener una nota aprobatoria de la asignatura, la nota del examen final deberá ser igual o superior a 4,0. Si la nota del examen final es inferior a 4,0, la nota del examen final pasa a ser la nota final del curso, independientemente del resto de notas. Los estudiantes deben realizar el examen final si quieren recibir una evaluación cuantitativa del curso. Los estudiantes que no se presenten al examen final recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

"La calificación máxima que los o las estudiantes podrán obtener en las pruebas de reevaluación [...] será de 5,0. Además, "la calificación de las pruebas de reevaluación constituirá, en todo caso, la calificación final de la asignatura". **Así, únicamente tendrán derecho a examen aquellos estudiantes que, habiendo cumplido con el examen parcial, el examen final y haber realizado el 100% de las actividades de evaluación continua de la asignatura, estén suspendidos (nota final de la asignatura inferior a 5).**"

Evaluación Única: La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100 % de la nota de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar al profesor una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso.

8. Bibliografía

8.1 Bibliografía básica

- Agile Leadership Toolkit: Learning to Thrive with Self-Managing Teams, Koning, Ed. Pearson 2021

8.2 Bibliografía complementaria

- Leadership in Organizations, Global Edition, 9th Edition, Yukl, Ed. Pearson 2020
- The 3D Leader: Take your leadership to the next dimension, Mauri, Ed. Pearson 2020
- The Leader's Guide to Emotional Agility (Emotional Intelligence): How to Use Soft Skills to Get Hard Results, Ed. Pearson 2017
- The Listening Leader: How to drive performance by using communicative leadership, Galli Zugaro & Galli Zugaro, Ed. Pearson 2017
- Santiago Ávila. Aprendiendo a liderar. Ed. Pearson 2015
- Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment, Martin Seligman, Nicholas Brealey Publishing 2011
- Emotional Intelligence, Daniel Goleman, Random House Usa Inc; Edición: Anniversary, 2010
- The Happiness Advantage: The Seven Principles of Positive Psychology That Fuel Success and Performance at Work, Shawn Achor, Currency; Edición: 1, 2010