

Estudio: **CERTIFICADO DE FORMACIÓN PERMANENTE EN INDUSTRIAL  
MANAGEMENT IV**

Código Plan de Estudios: **FD15**

Año Académico: **2023-2024**

**ESTRUCTURA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS:**

CURSO	Obligatorios		Optativos		Prácticas Externas	TFM/Memoria/ Proyecto	Créditos Totales
	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Nº Asignaturas	Créditos	Créditos	
1º	25	5			5		30
2º							
3º							
<b>ECTS TOTALES</b>	<b>25</b>	<b>5</b>			<b>5</b>		<b>30</b>

**PROGRAMA TEMÁTICO:**

**ASIGNATURAS OBLIGATORIAS**

Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
707448	1	RECURSOS HUMANOS, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS	OB	5
707449	1	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	OB	5
707450	1	BUSINESS ENGLISH I	OB	5
707451	1	MACROECONOMÍA	OB	5
707452	1	COMPETENCIAS TRANSVERSALES II	OB	5

**PRÁCTICAS EXTERNAS**

Código Asignatura	Curso	Denominación	Carácter OB/OP	Créditos
707453	1	PRÁCTICAS IV	OB	5

Carácter: OB - Obligatoria; OP – Optativa

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	RECURSOS HUMANOS, ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE PROYECTOS	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Prof. Dr. Ilka Heinze	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Profª. Drª. Ilka Heinze, Profª. Drª. Sonja Würtemberger, Drª. Maïke Schlegel

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

### CONTENIDOS (Temario)

- Objetivos y funciones del trabajo empresarial
- Planificación de personal
- Fundamentos del marketing de personal
- Selección y contratación de personal
- Tipos de contratación
- Política de retribución
- Modelos organizativos
- Teorías de organización
- Management en función de los contextos organizativos
- Cambios organizativos

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Conocer los modelos organizativos y saber identificar todas las variables que intervienen en la toma de decisiones empresariales
- Conocer y saber aplicar los fundamentos de las políticas de personal, tanto internas como externas
- Saber formular, evaluar y seleccionar las estrategias empresariales en torno a la estructura organizativa como a la selección y contratación de personal

**EVALUACIÓN**

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen

**BIBLIOGRAFÍA**

- Bach, N.; Brehm, C.; Buchholz, W.; Petry, T.: Wertschöpfungsorientierte Organisation. Architekturen - Prozesse - Strukturen, Wiesbaden: SpringerGabler
- Berthel, J.; Becker, F. G.: Personal Management. Grundzüge für Konzeptionen betrieblicher Personalarbeit, Stuttgart: Schäffer Poeschel
- Lindner, D.; Lindner Lohmann; F.; Schirmer, U.: Personalmanagement, Heidelberg: Springer
- Oechsler, W.A. / Paul, C: Personal und Arbeit, München, Wien: Oldenbourg
- Scholz, C.: Personalmanagement. Informationsorientierte und verhaltenstheoretische Grundlagen, München: Vahlen
- Schulte Zurhausen, M.: Organisation, München: Vahlen
- Schreyögg, G. / Geiger, G.: Organisation. Grundlagen moderner Organisationsgestaltung, Heidelberg: Springer Stock
- Homburg, R.: Personalmanagement. Theorien - Konzepte - Instrumente, Wiesbaden: SpringerGabler
- Vahs, D.: Organisation: Ein Lehr und Managementbuch, Stuttgart: Schäffer Poeschel

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Prof. Dr. Alexander Hennig	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Prof. Dr. Alexander Hennig

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

### CONTENIDOS (Temario)

- Información primaria y secundaria
- Investigación de mercados: procedimiento, proceso, método
- Diseño de la investigación
- Valoración de los datos
- Actuales tendencias
- Profundización en el marketing estratégico y sus instrumentos
- Nuevas tendencias de distribución, de precios, de comunicación.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Conocer y aplicar al contexto profesional los procesos de toma de decisiones en materia de estrategia y política comercial.
- Entender las dependencias entre comportamiento del consumidor, estrategia y programa de Marketing.
- Obtener, analizar y presentar los datos de los mercados a los que se dirigen las empresas.

## EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen

## BIBLIOGRAFÍA

- Becker, J.: Marketing-Konzeption. Grundlagen des strategischen und operativen Marketing Managements, München: Vahlen.
- Berekoven, L./Eckert, W./Ellenrieder, P.: Marktforschung. Methodische Grundlagen und praktische Anwendung, Wiesbaden: Gabler.
- Fantapie Altobelli, C.: Marktforschung. Methoden - Anwendungen - Praxisbeispiele, Konstanz, München: UTB UVK/Lucius.
- Homburg, Ch.: Marketingmanagement. Strategie - Instrumente - Umsetzung - Unternehmensführung, Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kotler, Ph./Armstrong, G./Harris, L.C./Piercy, N.: Grundlagen des Marketing, Hallbergmoos: Pearson Deutschland.
- Meffert, H./Burmann, Ch./Kirchgeorg, M.: Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte - Instrumente - Praxisbeispiele, Wiesbaden: Springer Gabler.

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	BUSINESS ENGLISH I	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Hazel Flack	
Idioma en el que se imparte	Inglés	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Hazel Flack

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

### CONTENIDOS (Temario)

- Inglés empresarial, nivel B2/C1

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Dominio del inglés de negocios, comprensión escrita y auditiva, así como expresión escrita y oral (B2/C1 MCER)
- Saber presentar sobre temas concretos de empresa en inglés empleando la correspondiente terminología
- Saber participar de conversaciones en grupo mantenidas en inglés y ser capaz de trasladar puntos de vista propios así como comprender los puntos de vista ajenos

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen

**BIBLIOGRAFÍA**

- Ashford, S. / Smith, T.: Business Proficiency: Wirtschaftsenglisch für Hochschule und Beruf, Stuttgart: Klett
- Barmeyer, C. / Franklin, P.: Intercultural Management: A Case Based Approach to Achieving Complementarity and Synergy, Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Dubicka, I. / O'Keffee, M.: Market Leader Advanced Coursebook (with DVD ROM incl. Class Audio), London: Pearson Longman
- Mckeown, A. / Wright, R.: Professional English in Use. Management. Edition with answers. Upper intermediate, Stuttgart: Klett
- Schmid, S. / Thomas, A.: Beruflich in Großbritannien. Trainingsprogramm für Manager, Fach und Führungskräfte, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Schroll Machl, S.: Doing Business with Germans. Their perception, our perception, Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	MACROECONOMÍA	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Prof. Dr. Kristian Giesen	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Prof. Dr. Kristian Giesen, Prof. Dr. Norbert Schlottmann

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

### CONTENIDOS (Temario)

- Fundamentos macroeconomía
- Paradigmas macroeconómicos (Principio de keynes y neoclásico)
- Modelos IS-LM
- Modelos AS-AD
- Modelo Solow
- Implicaciones político económica (fiscales, monetarias)
- Dinero y divisas
- Sistema financiera
- La demanda y oferta de dinero
- Política monetaria (inflación, deflación)
- Teoría de política de cambio
- Orden económico monetario
- Nuevas tendencias



**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)**

- Comprender los fenómenos económicos, jurídicos y sociales que conforman el entorno empresarial.
- Diferenciar el contexto económico, internacional, nacional, regional y sectorial, que rodea a la empresa, así como interpretar su impacto en la misma.
- Conocer y saber interpretar las principales teorías sobre el comportamiento de la economía tanto a nivel macroeconómico

**EVALUACIÓN**

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen.

**BIBLIOGRAFÍA**

Arnold, L.: Makroökonomik, Mohr Siebeck, Tübingen  
Beck, H.: Globalisierung und Außenwirtschaft, Vahlen, München  
Blanchard, O./Illing, G.: Makroökonomie, Pearson, München  
Görgens, E./Ruckriegel, K./Seitz, F.: Europäische Geldpolitik, UVK Verlag, Konstanz  
Issing, O.: Einführung in die Geldtheorie, Vahlen, München  
Mankiw, N. G.: Makroökonomik, Schäffer Poeschel, Stuttgart  
Rose, K., Sauernheimer, K.: Theorie der Außenwirtschaft, Vahlen, München  
Spahn, P.: Geldpolitik, Vahlen, München  
Stiglitz, J. E./Walsh, C. E.: Makroökonomie, Oldenbourg, München

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	COMPETENCIAS TRANSVERSALES II	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Prof. Dr. Francisco Javier Montiel Alafont	
Idioma en el que se imparte	Alemán	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Prof. Dr. Francisco Javier Montiel Alafont, Dr. Maïke Schlegel, Patricia Outerelo

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor/a	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

### CONTENIDOS (Temario)

- Teoría de la ciencia
- Técnicas de negociación
- Método de tratamiento informático de datos.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Conocer y comprender las principales teorías de la ciencia subyacentes a las ciencias sociales, principalmente las relativas a las ciencias de la empresa
- Conocer y saber aplicar los métodos de investigación empírica empleados en los estudios de empresa
- Conocer y aplicar distintas técnicas de negociación acorde al contexto y los participantes.
- Conocer y saber aplicar las herramientas informáticas empleadas para el tratamiento de los datos obtenidos en estudios de empresa

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, portfolio y examen.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Bortz, J./Döring, N.: *Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler*, Heidelberg: Springer
- Kornmeier, M.: *Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten*. Heidelberg: Physica
- Kromrey, H.: *Empirische Sozialforschung*. Stuttgart: Lucius & Lucius
- Oppel, K.: *Business Knigge International*. Freiburg: Haufe
- Schneider, D.: *Betriebswirtschaftslehre, Band 4: Geschichte und Methoden der Wirtschaftswissenschaften*. München: Oldenbourg
- Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: *Methoden der empirischen Sozialforschung*. München: Oldenbourg
- Schwaiger, M./Meyer, A.: *Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft*. München: Vahlen
- Stickel Wolf, C. /Wolf, J.: *Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken*, Wiesbaden: Gabler
- Theisen, M. R.: *Wissenschaftliches Arbeiten*. München: Vahlen

## GUÍA DOCENTE

Año académico	2023-2024	
Estudio	Certificado de Formación Permanente en Industrial Management IV	
Nombre de la asignatura	PRÁCTICAS IV	
Carácter (Obligatoria/Optativa)	Obligatoria	
Créditos (1 ECTS=25 horas)	5	
Modalidad (elegir una opción)	X	Presencial (más del 80% de las sesiones son presenciales)
		Híbrida (sesiones on-line entre el 40% y 60%, resto presencial)
		Virtual (al menos el 80% de las sesiones son on-line o virtuales)
Profesor/a responsable	Profª. Drª. María Teresa del Val	
Idioma en el que se imparte	Inglés/alemán/español	

### PROFESORES IMPLICADOS EN LA DOCENCIA

Profª. Drª María Teresa del Val, Prof. Dr. Francisco Javier Montiel Alafont

### DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS (especificar en horas)

Número de horas presenciales/on-line asistencia profesor	40
Número de horas de trabajo personal del estudiante	85
Total horas	125

### CONTENIDOS (Temario)

Prácticas en una empresa aplicando los conocimientos de la fase académica.

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS (Indicar un mínimo de tres y máximo de cinco)

- Relacionar los conocimientos adquiridos en los módulos académicos con la práctica en situaciones reales de gestión y toma de decisiones en distintos ámbitos funcionales de la empresa.
- Analizar, valorar y sintetizar la complejidad de las situaciones empresariales y su posible evolución a partir de sistemas reales de información.
- Proponer fórmulas para la coordinación eficaz y eficiente de actividades en el ámbito empresarial.
- Redactar de forma correcta informes y documentos internos y externos empresariales.
- Poseer y comprender la necesidad de un comportamiento ético en los negocios.

### EVALUACIÓN

Asistencia obligatoria, participación, memoria

### BIBLIOGRAFÍA

Berthel, Bortz, J./Döring, N.: Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler, Heidelberg: Springer  
 Kornmeier, M.: Wissenschaftstheorie und wissenschaftliches Arbeiten. Heidelberg: Physica  
 Kromrey, H.: Empirische Sozialforschung. Stuttgart: Lucius & Lucius

Schnell, R./Hill, P. B. / Esser, E.: Methoden der empirischen Sozialforschung. München: Oldenbourg  
Schwaiger, M./Meyer, A.: Theorien und Methoden der Betriebswirtschaft. München: Vahlen  
Stickel Wolf, C./Wolf, J.: Wissenschaftliches Arbeiten und Lerntechniken, Wiesbaden: Gabler  
Theisen, M. R.: Wissenschaftliches Arbeiten. München: Vahlen  
Lüsebrink, H. J.: Interkulturelle Kommunikation - Interaktion, Fremdwahrnehmung, Kulturtransfer,  
Stuttgart: J. B. Metzler