

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	42816
Nombre	Seminario de competencias transversales
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	4.0
Curso académico	2019 - 2020

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2132 - M.U. en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras	Facultad de Economía	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2132 - M.U. en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras	4 - Seminarios	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
ADAME SANCHEZ, CONSOLACION	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'
MARCH CHORDA, ISIDRE	105 - Dirección de Empresas 'Juan José Renau Piqueras'

RESUMEN

La asignatura pretende aportar al alumno unos conocimientos básicos en áreas y materias transversales para la gestión empresarial.

Se aspira a que el alumno se familiarice con aspectos clave para una apropiada dirección y gestión de organizaciones.

Entre las áreas básicas que cubrirán los Seminarios de competencias transversales se encuentran:

. Búsqueda de información en bases de datos



- . Herramientas de Gestión de Proyectos
- . Marca personal
- . Gestión de redes profesionales
- . Habilidades comunicativas
- . Social media y marketing online para las empresas

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No se requieren conocimientos previos

COMPETENCIAS

2132 - M.U. en Creación y Gestión de Empresas Innovadoras

- Identificar elementos distintivos, diferenciadores e innovadores en un proyecto empresarial
- Desarrollar la iniciativa emprendedora

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Asimilar competencias de carácter transversal consideradas básicas para el desempeño de labores de dirección y gestión empresarial

Experimentar y simular situaciones a las que se enfrentan de forma habituales los emprendedores y los directivos de empresas

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

2. COMUNICACION

Desarrollar habilidades de comunicación

**4. GESTION DEL REDES PROFESIONALES**

Gestión redes de contactos profesionales
plataformas de redes de profesionales

5. GESTIÓN DE LA MARCA PERSONAL

Bases para una eficiente gestión de la marca personal como emprendedor o directivo

6. HERRAMIENTAS GESTIÓN PROYECTOS

Aprendizaje de la plataforma Windows Project

7. SOCIAL MEDIA Y MARKETING ONLINE

Introducción a las principales herramientas de comunicación a través del social media. Presentación de las principales herramientas y programas de marketing online

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Seminarios	30,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	10,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	15,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	15,00	0
Resolución de casos prácticos	10,00	0
TOTAL	80,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Metodología docente de experimentación y participación activa de los alumnos.

Aplicación de técnicas de role-playing

Trabajo en equipo en aula.



EVALUACIÓN

Participación activa en los debates y ejercicios de simulación y rol-playing: 100 % de la calificación final
Asistencia obligatoria.

REFERENCIAS

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno