

10/09/2010



Presentación y Programa | Carlos Rodrigo Illera



DEPARTAMENTO  
DE ECONOMÍA  
DE LA EMPRESA  
Y CONTABILIDAD

MASTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING  
(EDICIÓN 2010-2012)  
GUÍA DE PRESENTACIÓN DEL PRIMER CURSO

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**



**DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING  
(Edición 2010-2012)**

**GUÍA DE PRESENTACIÓN DEL PRIMER CURSO  
(2010-2011)**

**Carlos Rodrigo Illera  
Director**





UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad

**MATERIAL DIDÁCTICO DEL PRIMER CURSO DEL MASTER EN  
DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING  
(edición 2010-2011)**

***GUÍAS DIDÁCTICAS DEL PRIMER CURSO: 2010-2011***

**GUÍA DE PRESENTACIÓN**

**GUÍA I: Módulo I: Introdutorio: Bloque de conocimiento 1: Introducción a la  
Microeconomía**

**GUÍA II: Módulo I: Introdutorio: Bloque de conocimiento 2: Introducción a la  
Administración y Dirección de Empresas: Parte 1ª: Aspectos generales de la  
planificación empresarial**

**Parte 2ª: Aspectos generales de la organización empresarial**

**GUÍA III: Módulo II: La información y la comunicación en la empresa: Bloque de  
conocimiento 3: La comunicación en la empresa**

**GUÍA IV: Módulo II: La información y la comunicación en la empresa: Bloque de  
conocimiento 4: Las TIC en la empresa y los Sistemas Informativos para la gestión**

**Parte 1ª: Internet, la Web y el Comercio Electrónico**

**Parte 2ª: Los Sistemas Informativos para la Gestión**

***BIBLIOGRAFÍA DE ESTUDIO DEL PRIMER CURSO: 2009-2010***

**Módulo I: Introductorio: Bloque de conocimiento 1: Introducción a la Economía**

**Bort, Antonio: Principios de Microeconomía, editorial CERA, Madrid 2008**

**Módulo I: Introductorio: Bloque de conocimiento 2: Introducción a la  
Administración y Dirección de Empresas:**

**Rodrigo Illera, Carlos: Administración y Funciones de la Empresa; editorial Sanz y  
Torres, Madrid 2008**

**Módulo III: Bloque de conocimiento 3: Políticas de Recursos Humanos**  
**Morales-Arce Macías, Rafael: En torno al capital humano, editorial CERA,  
Madrid, 2003**

**Módulo IV: Bloque de conocimiento 6: La ética empresarial**  
**Rivas Álvarez, David y Torre Díaz, Javier de la: ¿Empresas desalmadas?: Una visión  
ética del mundo empresarial, editorial Dykinson, Madrid, 2002**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad

**MÁSTER EN**  
**DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING: (edición 2010-2012)**  
**(CURSO 2010-2011)**

**GUÍA DE PRESENTACIÓN DEL PRIMER CURSO**

## ÍNDICE

□ EQUIPO DOCENTE Y COLABORADORES.....	7
□ PRESENTACIÓN .....	19
□ OBJETIVOS DEL MÁSTER .....	20
□ ESTRUCTURA Y MATERIAL DIDÁCTICO.....	22
□ PROGRAMA DEL PRIMER CURSO DEL MÁSTER .....	23
□ DINÁMICA DEL MÁSTER .....	33
□ OBJETIVOS DE LOS MÓDULOS DEL PRIMER CURSO.....	35
□ SECUENCIA DE ESTUDIO DE LOS BLOQUES DEL PRIMER CURSO.....	43
□ EVALUACIÓN DEL PRIMER CURSO .....	44
□ INSCRIPCIÓN Y MATRICULA.....	45
□ CÓMO PRESENTAR SUGERENCIAS DE MEJORA .....	45
□ PROGRAMAS PROVISIONALES DE LAS TRES ESPECIALIDADES DEL SEGUNDO CURSO .....	47

## **EQUIPO DOCENTE Y COLABORADORES DEL MASTER**

Los profesores que conformamos el Equipo Docente del «*Master en Dirección de Empresas y Marketing*» en su octava edición (2010-2012), así como los compañeros (asesor y colaboradores) que colaboran con nosotros, pensamos que lo primero que debemos hacer es presentarnos ante los alumnos. Como se trata de un curso de «*postgrado a distancia*» y la presentación no puede ser personal, incluimos a continuación un breve currículum vitae de cada uno:

### **DOCTOR D. CARLOS RODRIGO ILLERA**

*Director del Master*



**Carlos Rodrigo Illera** es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la UNED con premio extraordinario.

Su relación con la UNED se remonta al curso 1977-78 en el que se matricula como alumno para cursar la licenciatura en Ciencias Económicas y Empresariales. Tras superar el primer ciclo traslada su expediente a la Universidad Complutense de Madrid donde concluye la licenciatura en la especialidad de Economía Política y Sector Público. En 1983 gana por concurso una plaza de profesor-tutor en el Centro Asociado a la UNED de Madrid y un año más tarde ingresa como profesor colaborador en el Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de esa Universidad.

En la actualidad es Catedrático de Economía Financiera y Contabilidad adscrito al mismo Departamento en el que comenzó, donde tiene asignada la responsabilidad de las asignaturas “Introducción a la Administración y Dirección de Empresas” y “Dirección de la Producción”



Es el responsable del curso de doctorado integrado en el programa de Tercer Ciclo “Cuestiones actuales de Economía Financiera” que imparte el Departamento: “La aplicación de las nuevas tecnologías al ámbito de la dirección de producción”.

Dirige, en el ámbito de la Formación Continua los cursos de postgrado denominados: “Experto Universitario en Planificación y Gestión Empresarial” y “Destrezas para la Dirección de la Empresa y del Personal”, ambos con duración de un año académico y 240 horas lectivas., además del que es objeto de esta Guía el “Master en Dirección de Empresas y Marketing” de dos cursos de duración y 800 horas lectivas “

Es autor de más de diez libros sobre temas empresariales entre los que destacan los siguientes: “Fundamentos de Economía de la Empresa: una perspectiva teórica”, de editorial Pirámide, (1995); “Curso Básico de Administración y Dirección de Empresas”, escrito en colaboración con el Dr. D. Ramón Rufín Moreno y editado por la UNED en 1997, libro que mereció una “Mención Honorífica Especial” otorgada por el Consejo Social de la UNED; “Aspectos Estratégicos de la Dirección de Producción”, escrito en colaboración con el Dr. D. Antonio Gancedo Prieto y editado por CERA en 2001, “Productividad, eficiencia y cambio técnico en las empresas de Europa (con especial referencia a España)” editado por CERA en 2003 e “Invertir en Hedge Funds: Análisis de su estructura, estrategias y eficiencia” publicado por la editorial Díaz de Santos en 2004.

Ha publicado numerosos artículos y ha presentado también numerosas ponencias y comunicaciones a Congresos, tanto nacionales como internacionales.

En el terreno administrativo cabe destacar el desempeño de las siguientes actividades: Secretario docente de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED, Vicerrector de Asuntos Económicos de la misma Universidad y Director de la Secretaría Permanente de la Asociación Iberoamericana de Educación Superior a Distancia (A.I.E.S.A.D.).

**DOCTOR D. JESÚS MARÍA JACOBO BURGUILLO**

*Co-Director del Master*



*Jesús María Jacobo Burguillo es Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (Sección Económicas) por la Universidad Complutense de Madrid en la especialidad de Economía Monetaria, Fiscal e Internacional, Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la UNED con la calificación de sobresaliente “cum laude” por unanimidad y Diplomado en Alta Especialización en Fiscalidad Internacional por el Instituto de Estudios Fiscales.*

*Es Inspector de Hacienda del Estado desde 1979 habiendo ocupado durante este período diferentes cargos entre los que destacan los de Jefe de la Unidad Central de Información y Subdirector General de Planificación y Control, ambos del Departamento de Inspección Financiera y Tributaria de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, y estando destinado en la actualidad en la Oficina Nacional de Inspección.*

*En el terreno de la docencia acumula una prolongada experiencia debida a su actividad durante largos años como profesor de la Escuela de Hacienda Pública en diferentes disciplinas*

*Es autor de diferentes obras entre las que destaca “La Información Tributaria en España”, así como diferentes artículos tanto del ámbito fiscal como relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación*

**DOCTOR D. RAMÓN RUFÍN MORENO**  
*Profesor del Master*



*Ramón Rufín Moreno es doctor en Ciencias Empresariales por la UNED. Es profesor en el Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de dicha Universidad, del que ha sido también Director durante seis años. Imparte docencia en todas las disciplinas de Marketing, y es el responsable del Equipo Docente de Comercialización e Investigación de Mercados.*

*Así mismo, es profesor de Introducción al Marketing Turístico y de Planificación y Dirección de Empresas Turísticas en la Diplomatura de Turismo. También ha impartido docencia en otras Universidades públicas y privadas y en diferentes centros de enseñanza, así como actuado de ponente en numerosos cursos sobre Marketing.*

*Ha dirigido diversos proyectos de investigación, tanto en la Universidad como en la empresa pública y privada, además de participado en diferentes proyectos internacionales al amparo de los programas ERASMUS y COMMET, y dirigido varias tesis doctorales en el área de Marketing.*

*Es autor o coautor de los libros Marketing: conceptos, instrumentos y estrategias, Curso Básico de Administración y Dirección de Empresas, Las Empresas Turísticas en la Sociedad de la Información (libro declarado de Interés Turístico Nacional por la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo), Fundamentos de Marketing y Marketing para Turismo, este último en coautoría con el prestigioso profesor americano de Marketing Philip Kotler.*

**DOCTORA D<sup>a</sup> MARÍA TERESA NOGUERAS LOZANO**

*Profesora del Master*



**María Teresa Nogueras Lozano** es Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales por la UNED con la calificación de “*apto cum laude.por unanimidad*”

Es Profesora Titular de Universidad en el área de conocimiento de Economía Financiera y Contabilidad adscrita al Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED donde es responsable de la asignatura “Planificación de la empresa turística” de la Diplomatura en Turismo y forma parte de los equipos docentes de las asignaturas “Introducción a la Administración y Dirección de Empresas” del Curso de Acceso a la Universidad para mayores de 25 años y “Dirección de la Producción” de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas.

Es autora de la obra “El Mercado Hipotecario Español desde 1981” editada por la UNED en la colección Aula Abierta y coautora de los libros “Fundamentos de Economía de la Empresa: Aplicaciones prácticas”, editado por Pirámide en 1996 y “Prácticas de Administración y Dirección de Empresas” editado por CERA en 2001.

Ha sido secretaria docente del Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED

**D<sup>a</sup>. MARÍA DEL PILAR ALBERCA OLIVER**

*Secretaria docente del Master*



*María del Pilar Alberca Oliver es Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid. Está vinculada a la UNED desde el curso 1994-95 en el que comenzó a tutorizar en el Centro Asociado a esta Universidad de Madrid varias asignaturas del Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.*

*Actualmente es profesora Asociada de la UNED y presta sus servicios en ese mismo Departamento donde está adscrita a las asignaturas “Fundamentos de Marketing” y “Dirección de la Producción”, ambas de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, así como “Introducción a la Administración y Dirección de Empresas” del curso de Acceso a la universidad para mayores de 25 años.*

*Colabora en el mismo Departamento en diversos seminarios y cursos de post-grado en los ámbitos de la gestión empresarial y especialmente en las áreas de producción y marketing.*

*Ha participado en varios Congresos internacionales relacionados con la enseñanza virtual en la esfera de la educación superior a distancia.*

**DOCTORA D<sup>a</sup> MARIA DOLORES REINA PAZ**  
*Profesora del Master*



*María Dolores Reina Paz es Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid y Doctora con premio extraordinario en el área de Comercialización e Investigación de Mercados por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Actualmente es profesora Ayudante Doctora del departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad de la UNED y coordinadora de Doctorado.*

*Autora de diversos libros entre los que destacan: Marketing Turístico (original en inglés de Ph. Kotler et al.: “Marketing for Hospitality and Tourism”, Third Edition). Editorial Pearson Educación-Prentice, Madrid 2003 junto a los autores John Bowen, Philip Kotler, James Makens y Ramón Rufín Moreno y Fundamentos de Marketing. Editorial CERA, Madrid 2003 junto con Ramón Rufín Moreno.*

*Ha participado como ponente en numerosos congresos nacionales e internacionales como el “IV International Congress of The European Association of Management and Business Economics”, celebrado en Kania (Grecia) con la ponencia: “Controllable and uncontrollable factors in relaunch strategies for a service in decline. The cinema in Spain” en 1997; el “I Congreso Internacional sobre Educación, Formación y Nuevas Tecnologías Virtual Educa 2001”, celebrado en el Palacio de Congresos y Exposiciones con la ponencia: “Diseño y viabilidad de tutorías virtuales en la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED): Aplicación docente en el área de Economía de la Empresa” en 2001 y el “II Congreso Internacional sobre Educación, Formación y Nuevas Tecnologías Virtual Educa 2003”, celebrado en el Centro de Convenciones de Miami con la ponencia: “Cambios*

*metodológicos y nuevas formas de enseñanza-aprendizaje basados en las TIC:  
Aplicación práctica a un curso de Postgrado” en 2003.*

## **PRESENTACIÓN**

Esta GUÍA DIDÁCTICA pretende ser un instrumento de ayuda pedagógica que centre el interés de los participantes en los temas básicos del Master, orientándoles sobre los aspectos fundamentales que garantizarán el éxito en el mismo. También es el “manual de instrucciones del curso”. Recomendamos, pues, que la primera labor del alumno sea leer con detenimiento esta Guía Didáctica.

La Guía incluye, a lo largo de sus diferentes partes:

- Los objetivos del Master.
- La presentación del material didáctico.
- El programa del Master.
- La dinámica de funcionamiento o forma de realizar consultas sobre aquellos elementos o aspectos que cada participante estime conveniente
- Una descripción de los objetivos perseguidos por cada uno de los Módulos y Bloques de estudio que conforman el programa del primer curso, así como recomendaciones relacionadas con la secuencia temporal del estudio.
- Indicaciones sobre la evaluación del primer curso (cuestiones, ejercicio y trabajos) que son obligatorios realizar para la obtención del título correspondiente.
- La manera de exponer cualquier sugerencia que a juicio del alumno mejore el Master con vistas a los próximos años.

---

*Espacio para notas:*

---



## **OBJETIVOS DEL MASTER**

La UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia) tiene como finalidad, entre otras, contribuir a la formación continua y a la actualización de conocimientos de aquellos licenciados y diplomados universitarios, así como profesionales, que lo deseen o que lo precisen en el ejercicio de su profesión o actividad empresarial. El curso de postgrado que aquí se presenta atiende a esa finalidad y está refrendado por tanto con el correspondiente título de **Master Universitario en Dirección de Empresas y Marketing**, expedido por la UNED, y respaldado por el método de enseñanza a distancia de esta Universidad y por la experiencia docente de su profesorado, especializado en ese tipo de enseñanza.

El *“Master en Dirección de Empresas y Marketing”* pretende transmitir a todo aquel que lo desee, aún cuando sus circunstancias personales y laborales le impongan restricciones de disponibilidad y horario, los conocimientos más completos y la práctica más realista de la gestión de empresas, así como las técnicas para obtener y tratar la información necesaria en las decisiones que deben abordar los directivos de cualquiera de las áreas funcionales en que la empresa organiza su actividad.

Nuestra finalidad es pues impartir un curso práctico en dichas materias al máximo nivel de las enseñanzas de postgrado (Master) y con el método y los medios didácticos de la Universidad a Distancia.

Para conseguir estos objetivos docentes hemos dividido la teoría, ejercicios y prácticas que creemos deben formar parte de tales enseñanzas en dos cursos académicos con un contenido común en el primer curso y tres especialidades diferentes en el segundo, de los que cada alumno deberá elegir una. Los contenidos comunes del primer curso se estructuran en cuatro módulos:

- Introductorio
- Información y comunicación en la empresa
- Recursos humanos
- Comportamiento y ética empresarial

Las especialidades previstas para el segundo curso son:

- A: Dirección de Finanzas
- B: Dirección de Marketing
- C: Dirección de la Producción

Los programas de estudio y el material didáctico correspondientes a las tres especialidades del segundo curso académico será puesto a disposición de los alumnos en la entrega que efectuaremos tras su matriculación en este segundo curso y deberá tenerse en cuenta que siempre puede sufrir alguna modificación en función de la adaptación al programa a desarrollar que puedan ofrecer las novedades editoriales del año 2011.

---

*Espacio para notas:*

## **ESTRUCTURA Y MATERIAL DIDÁCTICO**

El contenido del Master, en su primer curso, se ha estructurado en los siguientes módulos y bloques de estudio:

<i>Módulos del Programa</i>	<i>Bloques de Estudio</i>	
	<i>Primer Curso:</i>	<i>Material</i>
<p><i>Módulo 1:</i> - <i>Módulo Introdutorio: Teoría Económica y Administración de empresas</i> (diciembre – febrero)</p>	<p>1. <i>Introducción a la Economía</i></p> <p>2. <i>Introducción Administración y Dirección de Empresas</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Planificación empresarial</i></li> <li>• <i>Organización empresarial</i></li> <li>• <i>Dirección de la empresa</i></li> <li>• <i>Control empresarial</i></li> </ul>	<p><i>Antonio Bort: Principios de Microeconomía. Editorial CERA, 2008</i></p> <p><i>Guía Didáctica 1</i></p> <p><i>Rodrigo Illera, Carlos: Administración y Funciones de la Empresa. Editorial SANZ Y TORRES, 2008</i></p> <p><i>Rodrigo Illera, Carlos: Guía Didáctica 2</i></p>
<p><i>Módulo 2:</i> - <i>Módulo de información y comunicación en la empresa.</i> (marzo)</p>	<p>3. <i>La comunicación en la empresa</i></p> <p>4. <i>Las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones en la empresa: Internet y la Web: Los Sistemas Informativos para la Gestión</i></p>	<p><i>Rodrigo Illera, C: Guía Didáctica 3</i></p> <p><i>Jacobo Burguillo, J.M Y Rufín Moreno, R: Guías Didácticas 4 y 5</i></p>
<p><i>Módulo 3:</i> - <i>Módulo de Recursos Humanos</i> (abril)</p>	<p>5. <i>Políticas de Recursos Humanos</i></p>	<p><i>En torno al capital humano: Morales-Arce Macías, Rafael; CERA, Madrid, 2003.</i></p>
<p><i>Módulo 4</i> - <i>Módulo de comportamiento y ética empresarial</i> (primera quincena de mayo)</p>	<p>6. <i>La ética empresarial</i></p>	<p><i>Álvarez Rivas, David y Torre Díaz, Javier de la: ¿Empresas desalmadas?: Una visión ética del mundo empresarial, Dykinson, 2002</i></p>
<p><i>Evaluación primer curso</i></p>	<p><i>Envío del cuaderno de evaluación: primera quincena de mayo 2010</i></p>	<p><i>Recepción cuaderno evaluación hasta el 15 de junio de 2010</i></p>
<p><i>Resultado evaluación primer curso:</i></p>	<p><i>Notificación de los resultados hasta el 10 de julio de 2010</i></p> <p><i>Firma y envío de las Actas al rectorado el 15 de julio de 2010</i></p>	<p><i>Fin del primer curso</i></p>

**PROGRAMA DEL MASTER**  
**PRIMER CURSO**

El contenido de los distintos módulos del primer curso del Master se ha estructurado tomando como base la bibliografía señalada más arriba<sup>1</sup>, de la siguiente forma:

- **MÓDULO 1: MÓDULO INTRODUCTORIO**

- **Bloque 1: INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA:**

- Del libro “Principios de Microeconomía” será obligatorio el estudio de las siguientes lecciones:
  - Introducción: lecciones 1, 2 y 3
  - Microeconomía: lecciones 5, 6, 7, 11, 12, 13 y 14

Es importante que tenga en cuenta que no todos los apartados de las lecciones reseñadas habrán de ser estudiados. Por ello deberá seguir con atención las instrucciones específicas que encontrará en la Guía Didáctica 1.

- **Bloque 2: INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS:**

- Del libro “Elementos de Administración y Dirección de Empresas” será obligatorio el estudio de los siguientes capítulos:
  - Del Módulo I los capítulos 1 y 2
  - La Planificación empresarial:
    - Módulo II: Elementos de Planificación. Capítulos 3 a 7
  - La Organización empresarial:
    - Módulo III: Elementos de Organización. Capítulos 8 a 12
  - La Dirección empresarial:
    - Módulo IV: Elementos de Dirección. Capítulos 13 a 17
  - El Control Empresarial:
    - Módulo V: Elementos de Control. Capítulos 18 a 22
- De la Guía Didáctica 2 deberá estudiar los siguientes epígrafes:
  - Parte 1ª: La Planificación Empresarial; páginas 73 a 202
    - capítulo 1: introducción a la planificación empresarial

---

<sup>1</sup> Puede haber algún cambio en el material propuesto en este programa si alguna de las editoriales tuviera agotadas las existencias en el momento de enviar los libros al alumno; o si hubiera aparecido algún nuevo libro que fuera ventajoso respecto a los aquí propuestos.

- capítulo 2: la planificación estratégica
- capítulo 3: instrumentos de planificación
- capítulo 4: la planificación financiera
- Parte 2ª: La organización empresarial, páginas 203 a 274:
  - la administración empresarial
  - la empresa en su entorno
  - el nacimiento de la empresa
  - el funcionamiento de la empresa
  - los trabajadores
  - los proveedores
  - los clientes
  - el Estado
  - caso práctico
  - la organización empresarial
  - clases de organización
  - la división de la organización: la departamentalización
  - los niveles de la organización
  - la definición de las áreas de control
  - factores que influyen en el diseño de los tramos de administración
  - problemas que plantea la definición de los niveles
  - los niveles de la organización son costosos
  - los niveles y la comunicación
  - necesidad de equilibrio
  - el proceso de definición de la estructura de la organización
  - la configuración de departamentos
  - las premisas orientadas a los resultados
  - las premisas orientadas a las operaciones internas
  - departamentalización por productos
  - departamentalización por clientes
  - departamentalización territorial
  - departamentalización por procesos
  - departamentalización por funciones

- departamentalización matricial
  - la selección de bases departamentales adecuadas
  - las unidades estratégicas de negocios (UEN)
  - la autoridad en la organización
  - la línea y el staff
  - la autoridad funcional
  - ventajas e inconvenientes del staff
  - las normas fundamentales de la organización
- **MÓDULO 2: INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA**
    - La Guía Didáctica 3 (páginas 275 a 302) contiene los siguientes ítems de estudio:
      - **Bloque 3: LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA**
        - El papel de la comunicación en la empresa
        - El proceso de comunicación
        - La comunicación en la organización empresarial
        - Los flujos de comunicación
          - La comunicación descendente
          - La comunicación ascendente
          - La comunicación horizontal y diagonal
        - Problemas de la comunicación
          - Falta de planificación
          - Suposiciones no aclaradas
          - Distorsión semántica
          - Mensajes mal expresados
          - Barreras a la comunicación en el mensaje internacional
          - Pérdida por transmisión y retención deficientes
          - Falta de atención y evaluación prematura
          - Comunicación impersonal
          - Desconfianza, amenaza y temor
          - Período insuficiente para adecuarse al cambio
          - Sobrecarga de información
          - Otras barreras a la comunicación

- Hacia una comunicación eficaz
- Auditoría de comunicación
- Pautas para mejorar la comunicación
  - Escuchar: la clave para la comprensión
  - Algunas sugerencias para mejorar la comunicación por escrito
  - Algunas sugerencias para mejorar la comunicación verbal
- *Para preparar el apartado dedicado a Las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones en la empresa: Internet y la Web, así como los Sistemas Informativos para la Gestión se estudiarán las dos partes de la Guía Didáctica 4 que contienen los siguientes epígrafes:*
  - **Bloque 4: LAS NUEVAS T.I.C. EN LA EMPRESA: INTERNET Y LA WEB: LOS SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA GESTIÓN (páginas 303 a 493)**
    - LOS ORDENADORES
    - SOFTWARE
      - Definición
      - Clasificación
      - sistemas operativos
      - Programas de aplicación
        - Evolución
        - Programación orientada a objetivos
        - Software de gestión y logístico
        - Trabajo en grupo
      - Lenguajes de programación
      - Lenguajes de programación orientados a objetos
        - Tipos de lenguajes
        - Especial referencia al lenguaje Java
      - Otro software de uso por Internet
      - Bases de datos
      - Arquitectura de las aplicaciones
        - Perspectiva general

- Tipos de redes
- COMUNICACIONES
  - Aspectos generales
  - Redes de comunicaciones
  - Transmisión de ficheros
  - Red digital de servicios integrados
  - A.D.S.L.
  - Internet
  - Funcionamiento de Internet
  - Internet 2
  - Servicios de internet
    - Telnet
    - Protocolo de transferencia de ficheros
    - Gopher
    - WAIS
    - Correo electrónico
    - World Wide Web
    - Otros servicios
      - News
      - Chats
      - Comunicaciones de audio y video
- Intranets y extranets
- COMERCIO ELECTRÓNICO
  - Aspectos generales
  - Concepto de comercio electrónico
  - Clasificación del comercio electrónico
  - Clasificación descriptiva de modelos de negocio
  - Historia del comercio electrónico
  - Desarrollo del comercio electrónico empresa a empresa (business to business)
    - Desarrollo
    - Las nuevas tecnologías y el futuro del EDI
    - El comercio electrónico empresa a empresa en Internet
  - Comercio electrónico empresa-consumidor (business to consumer)



- Perspectiva general
  - Hardware y software a utilizar
  - La localización del establecimiento
  - Diseño del establecimiento (sitio)
- MEDIOS DE PAGO
- LA SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO
  - Ideas generales
  - Seguridad lógica
  - Criptografía de llave privada: algoritmos simétricos de cifrado
  - Criptografía de llave pública: algoritmos asimétricos de cifrado
  - Canales seguros de comunicación: protocolos de Internet
  - Métodos de autenticación
  - Firmas digitales: funciones, resumen
  - Autenticación de dispositivos
  - Autenticación de usuario mediante contraseña
  - Huella digital
    - Certificados X-509
  - Certificaciones y seguridad en el comercio electrónico
- LA FIRMA ELECTRÓNICA EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO
  - La firma electrónica en Europa
  - La firma electrónica en España
    - Alcance
    - Firma electrónica
    - Certificados
    - Administraciones Públicas
    - Sistemas de acreditación
    - Registro
    - Contenido de los certificados
    - Equivalencia de los certificados
    - Conclusiones
- LOS IMPUESTOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO
- LA LEY DE LOS SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN
  - Aspectos generales
  - Disposiciones generales

- ❑ **Ámbito de aplicación**
- ❑ Libre prestación de servicios
- ❑ Obligaciones y régimen de responsabilidad de los prestadores de servicios
- ❑ Responsabilidades
- ❑ Comunicaciones comerciales por vía electrónica
- ❑ Información exigida sobre las comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos
- ❑ Derechos de los destinatarios de comunicaciones comerciales
- ❑ Contratación por vía electrónica
- ❑ Prueba de los contratos celebrados por vía electrónica
- ❑ Intervención de terceros de confianza
- ❑ Ley aplicable a los contratos electrónicos
- ❑ Obligaciones previas al inicio del procedimiento de contratación
- ❑ Información posterior a la celebración del contrato
- ❑ Lugar de celebración del contrato
- ❑ Acción de cesación
  - ❑ Aspectos generales
  - ❑ Legitimación activa
- ❑ Solución extrajudicial de conflictos
- ❑ Información y control
  - ❑ Información a los destinatarios y prestadores de servicios
- ❑ Supervisión y control
- ❑ Infracciones y sanciones
  - ❑ Responsables
  - ❑ Infracciones
  - ❑ Tipos de sanciones
  - ❑ Multa coercitiva
  - ❑ Competencia sancionadora
  - ❑ Concurrencia de infracciones y sanciones
  - ❑ Preinscripción
- ❑ **EL SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA GESTIÓN**
  - ❑ Evolución de los sistemas de información para la gestión
  - ❑ El concepto actual de sistema de información para la gestión

- La dimensión de procesamiento
- La dimensión de gestión
- La dimensión funcional
- Sistemas de apoyo a la decisión
  - El proceso de toma de decisiones
  - Características definitorias y elementos de los sistemas de apoyo a la decisión
- Inteligencia artificial. Sistemas basados en el conocimiento

- **MÓDULO 3: RECURSOS HUMANOS**

- **Bloque 5: POLÍTICAS DE RECURSOS HUMANOS**

- Se utilizará el libro: Morales-Arce Macías, Rafael: En torno al capital humano; CERA, Madrid, 2003.

El programa de estudio se ajusta a la siguiente distribución:

Capítulo 1. Evolución histórica de la economía y el empleo.

Capítulo 2. Evolución del concepto de capital humano.

Capítulo 3. Consideración empresarial del capital humano.

Capítulo 4. Prospección, selección y orientación profesional.

Capítulo 4. Evaluación de puestos de trabajo.

Capítulo 5. La apelación de la trayectoria profesional.

Capítulo 6. Retribución y compensación.

Capítulo 7. Relaciones laborales.

Capítulo 8. Aspectos básicos de la cualificación y desarrollo.

Capítulo 9. El futuro de los recursos humanos.

Capítulo 10. Estructura y perfil de la función.

Capítulo 11. La gestión del cambio.

Capítulo 12. Referencias sobre el cuadro de mando de gestión de recursos humanos.

- **MÓDULO 4: COMPORTAMIENTO Y ÉTICA EMPRESARIAL**
- **Bloque 6: LA ÉTICA EMPRESARIAL:**

Se estudiará el libro de los profesores David Álvarez y Javier de la Torre: *¿Empresas Des-Almadas?: Una visión ética del mundo empresarial*, editado por Dykinson en 2002, con arreglo al siguiente programa:

Capítulo 1. Corrupción y competitividad. El mundo dl trabajo de hoy

Capítulo 2. Propiedad y reparto de beneficios

Capítulo 3. Los trabajadores: salario justo, clima laboral, huelga y sindicatos

Capítulo 4. Los directivos: liderazgo, toma de decisiones y stock options

Capítulo 5. Recursos humanos: selección, formación, mobbing y despidos

Capítulo 6. Los clientes y consumidores: publicidad y marketing

Capítulo 7: Los accionistas: interés del dinero, manipulaciones en bolsa e información privilegiada

Capítulo 8: Los proveedores: sobornos, presiones y condiciones de empleo

Capítulo 9. Relaciones con la competencia: monopolios, competencia perfecta y precio justo

Capítulo 10. Relaciones con las Administraciones: comisiones, fraudes en la contabilidad e impuestos

Capítulo 11. Empresa, desarrollo e iniciativas sociales

Capítulo 12. Empresa y “conciencia verde”

Capítulo 13. Profesiones, ética y empresa

A MODO DE CONCLUSIÓN: Las narraciones de lo bueno

En consecuencia, una vez presentado el programa, el alumno recibirá en el primer curso del Master, el siguiente material didáctico:

- **Bort, Antonio:** *Principios de Microeconomía*; CERA, Madrid, 2008
- **Rodrigo Illera, Carlos:** *Administración y Funciones de la Empresa*, Sanz y Torres, Madrid, 2008.
- **Morales-Arce Macías, Rafael:** *En torno al capital humano*, CERA, Madrid, 2003
- **Álvarez Rivas, David y Torre Díaz, Javier de la:** *¿Empresas desalmadas?. Una visión ética del mundo empresarial*, Dykinson, Madrid, 2002
- **Equipo Docente del Master:** *Una Guía de Presentación y cuatro Guías Didácticas* en un CD-ROM, en formato PDF.

## ***DINÁMICA DEL MASTER***

Las relaciones entre los participantes y el equipo docente del Master tendrán lugar de la siguiente forma:

- Cada alumno habrá recibido, por correo postal, en la dirección que nos haya indicado, el material didáctico descrito más arriba.
- El alumno será asesorado a lo largo de todo el Master a través de tutorías, ayudándole a la resolución de cualquier duda relativa al contenido de los diferentes bloques; a tal fin se establece el horario de permanencias que más adelante se indica y durante el cual el alumno podrá consultar telefónicamente con los profesores cualquier asunto que sea de su interés; el contacto profesor-alumno se podrá hacer también por carta, fax y correo electrónico.

Las consultas del primer curso se canalizarán, en función de los bloques de estudio, de la siguiente forma:

Módulo 1, Bloque de estudio 2 y Módulo 2, bloques de estudio 3 y 4:

Profesor encargado: Dr. D. Carlos Rodrigo Illera

Profesoras: Dra. D<sup>a</sup>. Maite Noguerras Lozano y D<sup>a</sup>. Ainoha Rodríguez Oromendía

Teléfonos: 91 398 63 73

91 398 63 74

91 398 87 04

Fax: 91 398 63 41

E-mails: [crodrigo@cee.uned.es](mailto:crodrigo@cee.uned.es)

[tnoguer@cee.uned.es](mailto:tnoguer@cee.uned.es)

[arodriguez@cee.uned.es](mailto:arodriguez@cee.uned.es)

Módulo 1, bloque de estudio 1 y Módulos 3 y 4:

Colaborador encargado: Dr. D. Ramón Rufín Moreno

Profesoras: D<sup>a</sup>. María Dolores Reina Paz y D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Pilar Alberca Oliver

Teléfonos: 91.398 63 47

91. 398 73 55

91. 398 82 81

Fax: 91. 398 63 41

E-mail [marketing@cee.uned.es](mailto:marketing@cee.uned.es)

Las consultas telefónicas y personales durante el periodo lectivo, se ajustarán al siguiente horario:

Martes y Jueves de 10 a 14 horas

Las consultas por correo ordinario y los envíos de las pruebas de evaluación se remitirán a la siguiente dirección:

Carlos Rodrigo Illera o Ramón Rufín Moreno

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad

Universidad Nacional de Educación a Distancia

Paseo Senda del Rey, nº 11

28040 MADRID

**OBJETIVOS DE LOS MÓDULOS DEL MASTER**  
**MÓDULO I: INTRODUCTORIO**

Es evidente el interés que suscita entre amplios grupos de profesionales de diferentes ámbitos que desempeñan trabajos de responsabilidad en el seno de sus empresas y de numerosos grupos de personas preocupadas por la gestión empresarial, la formación en aquellas materias que son objeto directo de su trabajo cotidiano en el primer caso y de su preocupación intelectual en el segundo, así como en materias afines que presentan en la práctica una estrecha interrelación entre ellas.

El objetivo del presente Master no es otro que el de proporcionar a nuestros alumnos todo el bagaje de conocimientos necesarios para que las decisiones que deben adoptar en cualquiera de los ámbitos de responsabilidad de las empresas estén apoyadas en conocimientos científicos que garanticen, dentro de las limitaciones a que toda decisión de la que se deriven efectos que se presentarán en el futuro tiene, la minimización de los riesgos asociados a las mismas.

Es evidente que una formación tan ambiciosa debe estar convenientemente estructurada y ofrecida al alumno de tal forma que el aprendizaje de los conocimientos necesarios se vaya escalonando y organizando en el tiempo para que, partiendo desde cero, se consiga al final una visión completa de la empresa, de sus diferentes áreas de actuación, de los problemas que es preciso abordar en cada área y, al mismo tiempo, conseguir una visión general que posibilite el conocimiento de las interrelaciones que se presentan entre los diferentes departamentos, áreas o secciones en que la empresa tiene organizados el conjunto de las actividades que desempeña.

A los efectos enunciados, el Master organiza sus enseñanzas distribuidas en los módulos y bloques que hemos descrito más arriba y, desde luego, cada una de ellos pretende alcanzar unos determinados objetivos parciales que sumados, al final de los dos años de aprendizaje, deben proporcionar al



alumno la consecución del objetivo general descrito en el segundo párrafo de este epígrafe.

Como no podía ser de otra manera, la primera parte del curso persigue que el alumno, tras su estudio, tenga una perspectiva general de lo que es esa institución, encargada de proporcionar a la sociedad los bienes y servicios que consume, que conocemos con el nombre de empresa; y así, como quiera que en el seno de esa institución se desempeñan actividades de carácter económico, los cuatro primeros módulos de esta primera parte tratan de presentar los principales elementos del funcionamiento económico de la empresa.

No parece fácil la posibilidad de negar con fundamento la necesidad que cualquier gestor de empresa tiene de poseer, al menos, unos conocimientos básicos en materia de economía; aunque solo sea porque la empresa desempeña su actividad en el seno de la sociedad. Por eso, los responsables de este Master hemos considerado que debíamos comenzar ofreciendo unos conocimientos relativos al funcionamiento de un sistema económico que permitan entender con rigor el significado de las variables económicas más cercanas a la empresa como son el precio, los costes, la demanda, los tipos de interés, los tipos de cambio, etc. Además, con el estudio de los capítulos del texto recomendado de Microeconomía, el alumno conocerá no sólo el funcionamiento de esas magnitudes y variables, sino también las relaciones que guardan entre ellas, de forma que pueda entender los modelos sencillos de comportamiento de los mercados y de la economía.

Si la pretensión del bloque 1 es la de conocer el entorno en el que la empresa actúa como paso previo a introducimos en el interior de la institución, y poder considerar que *“nos vestimos de empresarios”*, se tratará a continuación de presentar, comenzando en un nivel elemental, el amplio ámbito de la gestión empresarial.

Se pretende con el estudio del bloque 2 que el alumno conozca el significado de las cuatro importantísimas tareas que conforman el concepto de

Administración o Gestión Empresarial; por eso abordamos la planificación, la organización, la dirección y el control enfocando, cada una de ellas, en el ámbito de las cuatro funciones más representativas del quehacer de la empresa: las finanzas, la comercialización, la producción y los recursos humanos. El estudio del libro “Administración y Funciones de la Empresa” nos permitirá conseguir una visión introductoria de la gestión aplicada a cada una de las mencionadas áreas funcionales y, desde luego, un catálogo de los problemas que cada tarea de la administración empresarial presenta en cada una de las áreas de actuación de la empresa. La perspectiva básica que conseguiremos con el estudio del libro la ampliaremos con la lectura de las páginas de la Guía Didáctica II dedicadas al Bloque de estudio 2 del programa del Master

*Espacio para notas:*

---

## **OBJETIVOS DEL MÓDULO II: LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA: LOS SISTEMAS INFORMATIVOS PARA LA GESTIÓN**

Esta segunda parte inicia sus contenidos a partir de una premisa fundamental para la gestión empresarial: Si la raíz de toda gestión tiene la imperiosa necesidad de basarse en la toma de decisiones de los responsables; ésta debe sustentarse en la utilización de toda la información útil y relevante para la decisión que se vaya a tomar y, a su vez, dicha información, una vez disponible, debe comunicarse, en tiempo y forma adecuados a los que tienen necesidad de ella.

Basándonos en esa premisa, el módulo II está dedicado a ofrecer un conjunto de reflexiones sobre los problemas que plantea la comunicación en el seno de las organizaciones empresariales (bloque 3) así como a describir los elementos que posibilitan, tanto la elaboración de mucha de la información a utilizar como la comunicación de esa información a las personas de la organización que van a hacer uso de ella; nos referimos obviamente a la tecnología informática y más en concreto a Internet y a la utilización de la Web (bloque 4).

Consecuencia de las innovaciones en las tecnologías de la información y las comunicaciones habidas en los años 90 del siglo pasado ha sido la existencia e implantación universal de Internet. Este hecho es de una importancia clave para entender el desarrollo práctico que han tenido recientemente elementos de la administración de empresas como el del “comercio electrónico” o el de “e-business”; elementos que, aún siendo anteriores a Internet, están alcanzando una verdadera implantación a partir del desarrollo de ésta.

Vamos pues a dedicar el cuarto bloque del Master al estudio de Internet y sus aplicaciones principales como red de telecomunicaciones, comenzando con una panorámica amplia de lo que son las actuales tecnologías de la información y las comunicaciones en la empresa. Inmediatamente después analizaremos cómo Internet es, y cómo ha llegado a serlo en tan breve periodo de tiempo, para pasar al análisis de los elementos tecnológicos en que se sustenta y que es relevante conocer para entender bien sus aplicaciones más

usuales en la empresa (web, correo electrónico, etc.), aplicaciones a las que dedicaremos especial atención.

Además de la importancia que en sí misma tiene Internet en las comunicaciones, hay otra consecuencia relevante para la empresa, derivada de su implantación universal: el desarrollo a partir de las tecnologías que le sirven de infraestructura técnica de las llamadas “intranets y extranets”, que son también redes de telecomunicaciones, internas y externas a la empresa respectivamente, y a las que dedicaremos también un espacio en este bloque de estudio.

La información como recurso estratégico de la empresa se presenta en tres planos distintos: como elemento imprescindible en la toma de decisiones, como instrumento de reacción ante los cambios del entorno empresarial y como medio de interrelación con ese entorno. Pues bien, los sistemas de información para la gestión en la empresa están relacionados directamente con el primero de estos planos, es decir, con aquel conjunto complejo de elementos y equipos informáticos que se diseña e implanta en la organización para captar, organizar, procesar y transmitir la información necesaria en la toma de decisiones de planificación y dirección de la empresa.

El resto de los sistemas que veremos en el bloque de estudio están relacionados con ese plano de la toma de decisiones, pero de una forma mucho más profunda aún, pues están relacionados con la asistencia misma a las tareas que ejecutan aquellos que han de tomar esas decisiones o controlar la ejecución de las actividades y procesos resultantes. Este es el caso de los sistemas de apoyo a la decisión y de los sistemas basados en el conocimiento.

### **OBJETIVOS DEL MÓDULO III: LOS RECURSOS HUMANOS**

El Módulo tercero del programa aborda el análisis de otro de los aspectos fundamentales de la gestión empresarial; nos referimos al conjunto de recursos humanos con el que cuenta la empresa y que, como es bien sabido, son muchas las interpretaciones que lo califican como el activo más importante de cualquier organización.

Por ello, en el bloque de estudio 5 que desarrolla el tercer módulo se pretende formar a nuestros alumnos en el difícil terreno de las relaciones laborales; se estudian en profundidad aspectos tan sensibles como la definición de la mano de obra necesaria en cada momento y su plasmación práctica en la oportuna planificación, teniendo en cuenta la asignación de los diferentes puestos de trabajo diseñados, así como las cuestiones más destacadas del Derecho laboral

El objetivo de este Módulo consiste en proporcionar a nuestros alumnos un conocimiento exacto de la amplia problemática que esconden las denominadas políticas de personal o de recursos humanos.

## **OBJETIVOS DEL MÓDULO IV: EL COMPORTAMIENTO Y LA ÉTICA EMPRESARIAL**

El aspecto abordado en este último Módulo del programa del primer curso es ciertamente imprescindible.

Cualquier empresa tendrá éxito y se proyectará hacia el futuro en la medida en que sus colaboradores (personal, clientes, proveedores,...) tengan una adecuada imagen de la misma, y ciertamente, conseguir una imagen positiva a lo largo del tiempo, solo es posible si el comportamiento empresarial se caracteriza, o al menos se proyecta hacia los demás, basado en una determinada ética en sus actuaciones que sea valorada por encima de un cierto umbral de exigencia.

Por las razones apuntadas se ha incluido, como cierre del primer curso un Módulo dedicado al análisis de la denominada “ética empresarial”, donde se han planteado como objetivos a alcanzar el conocimiento de una serie de valores de actuación en el ámbito de la gestión empresarial que son necesarios tenerlos en cuenta a la hora de tomar decisiones, sobre todo relacionadas con el conjunto de actividades que tienen un mayor reflejo de la empresa hacia el exterior.

Al concluir este primer curso, el alumno tendrá una visión general del conjunto de aspectos que deben ser tenidos en cuenta para llevar a cabo la gestión directa de las diferentes áreas funcionales en que la empresa distribuye el conjunto de actuaciones que realiza y, en consecuencia, estará cualificado para elegir una de las especialidades que se ofertan para el segundo curso. En efecto, tendrá una imagen adecuada de los parámetros de la economía general que más afectan a la actividad empresarial (bloque de estudio 1); conocerá no solo el concepto y componentes de la “Administración empresarial”, sino también el conjunto de problemas fundamentales que se abordan en cada una de las áreas funcionales de la empresa: finanzas, marketing y producción (bloque de estudio 2); será consciente de las necesidades de contar con la información relevante necesaria y de comunicar esa información a los

interesados y sabrá los elementos que utilizan los gestores para elaborar esa información así como para transmitirla y además, habrá aprendido cómo se aplican dichos elementos en la práctica (bloques de estudio 3 y 4). Conocerá cómo se conforma una plantilla de personal capaz de contribuir de la mejor manera posible al logro eficiente de los objetivos que, en cada caso se persigan (bloque de estudio 5) y, por último habrá tomado buena nota de cuáles son los comportamientos éticos que deben presidir las actuaciones de los gestores (bloque de estudio 6).

El paso siguiente requiere tomar una decisión importante por parte del alumno: ¿qué especialidad de las tres que se ofrecen le interesa más a cada uno?: ¿la dirección financiera, la comercial o la de producción?; desde luego, cuando tengan que decidirlo tendrá información suficiente como para tomar una decisión basada en conocimientos objetivos, y por tanto, racional.

## **SECUENCIA DE ESTUDIO DE LOS BLOQUES DE LA PRIMERA PARTE DEL MASTER**

Aunque una de las características fundamentales de la enseñanza superior a distancia es la que podríamos denominar como “*elasticidad de los calendarios de estudio*” en el sentido de que cada alumno tiene la posibilidad real de imponer su ritmo de aprendizaje teniendo en cuenta que tiene que dominar el programa a la hora de tener que realizar las pruebas de evaluación, son muchos los alumnos que cada año nos solicitan unas referencias temporales de estudio. Teniendo en cuenta lo anterior, y como una recomendación de carácter general que, ya de antemano avisamos que cada alumno la puede modelar en función de sus necesidades, nos atrevemos a sugerir la secuencia que ya figura en la tabla de la página 18:

Los meses de diciembre-enero y febrero se pueden dedicar al estudio de los dos bloques que componen el Módulo 1 (Teoría económica y administración de empresas). Se comenzará, para preparar el bloque primero, leyendo la Guía Didáctica I y, a continuación, el programa del libro del profesor Antonio Bort; la preparación del segundo bloque exige estudiar en primer lugar los dos primeros módulos del libro del profesor Rodrigo Illera, se continuará con la Guía Didáctica II (primera parte), seguirá el estudio de los módulos 3, 4 y 5 del libro de texto y se concluirá con la segunda parte de la Guía Didáctica II.

El mes de marzo sería suficiente para preparar el Módulo 2 (comunicación, Internet y sistemas informativos para la gestión) mediante el estudio de las Guías Didácticas III y IV.

En el mes de abril se abordaría el estudio de las políticas de recursos humanos (Módulo 3) en base al libro de texto recomendado y con la primera mitad de mayo podría ser suficiente para aprender el libro exigido para el estudio del comportamiento ético empresarial.

Siguiendo esta secuencia, y teniendo en cuenta que la evaluación se enviará en la primera quincena de mayo, el alumno podría emplear prácticamente un



mes (hasta mitad de junio) para cumplimentar su evaluación.

## **EVALUACIÓN DEL PRIMER CURSO DEL MASTER**

El primer curso se evaluará mediante la realización de una prueba, correspondiente a los Módulos I, II, III y IV del Master.

Prueba de evaluación del primer curso:

La primera prueba de evaluación, que constará de una serie de preguntas conceptuales y tipo test, problemas y casos prácticos, versará sobre todas y cada una de las partes programa.

Antes de proceder al envío de las evaluaciones y con el fin de evitar los problemas de devolución por el servidor de los correos electrónicos, el alumno deberá remitirnos a la dirección [crodrigo@cee.uned.es](mailto:crodrigo@cee.uned.es) en la primera quincena de abril, un correo electrónico indicándonos la dirección correcta en la que quieran recibir la prueba.

Dicha prueba se la remitiremos al alumno por e-mail en un archivo Word, o, en caso de no disponer de su dirección electrónica, por correo ordinario, en la segunda quincena de abril de 2011.

1. El alumno deberá enviar un acuse de recibo de la prueba a la dirección: [crodrigo@cee.uned.es](mailto:crodrigo@cee.uned.es) antes del 10 de mayo.
2. Si no hubiera recibido la prueba de evaluación el 10 de mayo deberá reclamarla entre el 10 y el 15 de mayo a la misma dirección de correo electrónico, de tal forma que el 15 de mayo el equipo docente deberá tener constancia de que todos los alumnos han recibido su prueba de evaluación.

La prueba, debidamente cumplimentada, la remitirán los alumnos para su calificación, durante la primera quincena del mes de junio de 2011.

Por correo electrónico a la dirección [crodrigo@cee.uned.es](mailto:crodrigo@cee.uned.es), y

Las evaluaciones que no obren en poder del equipo Docente el 15 de junio de 2011 no serán calificadas y, en consecuencia, los alumnos serán considerados a efectos del Acta final del curso como NO PRESENTADOS.



### *INSCRIPCIÓN Y MATRÍCULA*

Para formalizar la inscripción primero, y la matrícula después, los interesados deberán dirigirse entre el 1 de septiembre y el 30 de octubre a la Fundación General de la UNED (FUNED) que es la institución encargada de todos los trámites administrativos; concretamente, para este curso, deberán ponerse en contacto con la Srta. Estefanía Rodríguez Esteban en la dirección: [erodriguez@fundacion.uned.es](mailto:erodriguez@fundacion.uned.es) , o en el teléfono: 91 386.72.89; ella facilitará toda la información relativa a requisitos necesarios para matricularse, plazos, tasas y procedimientos.





**UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
Departamento de Economía de la Empresa y Contabilidad

**MÁSTER EN**  
**DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING: (edición 2009-2011)**

**GUÍA DE PRESENTACIÓN DEL SEGUNDO CURSO**  
**(CURSO 2010-2011)**

**AVANCE SUJETO A MODIFICACIONES DE LOS PROGRAMAS DE LAS TRES**  
**ESPECIALIDADES DEL SEGUNDO CURSO**  
**(Curso 2010-2011)**

A título informativo presentamos a continuación los programas previstos, a fecha de hoy (junio de 2009) con su material didáctico para las tres especialidades de segundo curso. Los Módulos y los Bloques de estudio no sufrirán modificaciones; pero sí pueden cambiar los textos y las Guías Didácticas indicadas, en función de que aparezcan nuevos títulos o ediciones que se adapten mejor a los contenidos de los programas.

**GUÍA DIDÁCTICA DEL SEGUNDO CURSO  
ESPECIALIDAD EN DIRECCIÓN FINANCIERA**

## PROGRAMA DE La especialidad en dirección financiera

El contenido del 2º curso en su especialidad de Dirección Financiera se ha estructurado en los siguientes Módulos y Bloques de estudio, cada uno con la bibliografía obligatoria para preparar cada bloque:

<i>Segundo curso:</i>	<i>Especialidad A: Dirección de Finanzas Bloques de estudio</i>	<i>Material</i>
Módulo V (A): Módulo de Contabilidad de Gestión y de Costes (diciembre – enero)	7-A: Contabilidad General  8-A: Contabilidad de Costes y de Gestión	- Segovia San Juan, Ana Isabel: Contabilidad Básica; CERA, Madrid, 2004  - Sáez Torrecilla, Ángel; Fernández Fernández, Antonio y Gutiérrez Díaz, Gerardo: Contabilidad de Costes y Contabilidad de Gestión, McGraw Hill, Madrid, 2004:
Módulo VI (A): Módulo de Finanzas (febrero – marzo)	9-A: Fundamentos de Estadística y Matemática Financiera          10-A Financiación	- Casas Sánchez, José Mª y Santos Peña, Julián: Introducción a la estadística para Administración de Empresas; CERA, Madrid, 2002  - Casas Sánchez, José Mª y Santos Peña, Julián: Estadística Empresarial, CERA, Madrid, 1999  - Pablo López, Andrés, de: Valoración Financiera, CERA, Madrid, 2002  - Sesto Pedreira, Manuel: Teoría de la Financiación, CERA, Madrid, 2000
Módulo VII (A): Módulo de Inversión (abril – mayo)	11-A: Inversión	- Morales-Arce Macías: Teoría Económica de la inversión, UNED, Madrid, 2004
Módulo VIII (A) Módulo de fiscalidad	12-A: Fundamentos fiscales	Jacobo Burguillo, JM: Guía Didáctica
Evaluación segundo curso	Envío del cuaderno de evaluación :primera quincena de mayo 2011	Recepción cuaderno evaluación: hasta el 15 de junio 2011
Resultado final del Master:	Notificación de los resultados hasta el 10 de julio 2011 Firma y envío de las Actas a rectorado el 15 de julio 2011	Fin del Master



*Cuadro 1*

**GUÍA DIDÁCTICA DEL SEGUNDO CURSO  
ESPECIALIDAD EN DIRECCIÓN DE MARKETING**



**GUÍA DIDÁCTICA DEL SEGUNDO CURSO  
ESPECIALIDAD EN DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

## PROGRAMA DEL SEGUNDO CURSO ACADÉMICO

El contenido del 2º curso en su especialidad de Dirección de la Producción se ha estructurado en los siguientes Módulos y Bloques de estudio, cada uno con la bibliografía obligatoria para preparar cada Bloque:

Segundo curso:	<i>Especialidad C: Dirección de la Producción Bloques de estudio</i>	<i>Material</i>
<i>Módulo 5 (C): Módulo de productividad y diseño de la planta productiva (diciembre – enero)</i>	<i>7-C: Análisis de la productividad  8-C: Modelos de diseño de plantas productivas</i>	<i>- Rodrigo Illera, Carlos: Productividad, eficacia y cambio técnico en las empresas de Europa: con especial referencia a España.. CERA, 2003  - Heizer y Render: Dirección de la producción: decisiones estratégicas., Prentice Hall, 2007</i>
<i>Módulo 6 (C): Calidad y capacidad de la planta productiva (febrero)</i>	<i>9-C: Implementación de políticas de calidad  10-C: Determinación de la capacidad y localización de la planta productiva</i>	<i>- Dirección de la producción: decisiones estratégicas. Heizer y Render, Prentice Hall, 2007  - Dirección de la producción: decisiones estratégicas. Heizer y Render, Prentice Hall, 2007</i>
<i>Módulo 7 (C): Logística empresarial (marzo –primera quincena abril)</i>	<i>11-C: El abastecimiento del proceso productivo</i>	<i>- Dirección de la producción: decisiones tácticas. Heizer y Render, Prentice Hall, 2007</i>
<i>Módulo 8 (C): Control del proceso productivo (segunda quincena abril – primera mayo)</i>	<i>12-C: Los métodos PERT y GANTT</i>	<i>Guía Didáctica</i>
<i>Evaluación segundo curso</i>	<i>Envío del cuaderno de evaluación :primera quincena de mayo 2011</i>	<i>Recepción cuaderno evaluación: hasta el 15 de junio 2011</i>
<i>Resultado final del Master:</i>	<i>Notificación de los resultados hasta el 10 de julio 2011 Firma y envío de las Actas al rectorado el 15 de julio de 2011</i>	<i>Fin del Master</i>

*Cuadro III*