

Programas de Postgrado  
y Desarrollo Profesional  
con Estructura Modular

Curso académico 2015-2016

Dirección de Empresas y Marketing

del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016 (fechas según módulos)

**Características:** material impreso, página web, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

*Economía de la Empresa y Contabilidad*

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## PROGRAMAS DE POSTGRADO Y DESARROLLO PROFESIONAL CON ESTRUCTURA MODULAR

### Curso 2015/2016

La UNED ofrece también cursos con estructura modular en los que se ofrecen al alumno itinerarios desarrollados en módulos que conducen a diferentes titulaciones de diferentes niveles.

A los efectos de este programa, vease el apartado 2 de esta información.

Requisitos de acceso:

Solo para programas que oferten títulos o diplomas de Máster, Especialista o Experto, el estudiante debe estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

Para el resto de acreditaciones o titulaciones que se pudieran ofertar este programa (Diploma de Experto Profesional, Certificado de Enseñanza Abierta o Certificado de Actualización Profesional) no hay requisitos mínimos de acceso, salvo los específicos de cada curso establecidos por su director.

## Destinatarios

Este programa ha sido declarado a extinguir. Sólo admite matrícula de antiguos alumnos. La última convocatoria para completar itinerarios en este programa es 2015-2016.

## 1. Presentación y objetivos

El Curso se ubica en el marco de los programas de educación permanente y perfeccionamiento profesional que oferta la UNED a través de sus estudios de postgrado. Como objetivo fundamental, el curso que ahora se propone trata de formar a su alumnado en el amplio ámbito de la gestión empresarial, y del marketing proporcionándole los conocimientos más completos y la práctica más realista necesarias para tomar decisiones racionales.

## 2. Contenido y programa

### 2.1 Títulos

Tipo Título	Título	Créditos ETCS
TÍTULO DE MÁSTER	Dirección de Empresas y Marketing	80

### 2.2 Módulos del programa, calendario y precio

Código	Módulo	Créditos ETCS	Precio Módulo	Precio Material
0001	Módulo Introductorio (Teoría Económica y Admón de Empresas)del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	15	507€	--
0002	Módulo de Información y Comunicación en la Empresa (Sistemas Informativos)del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0003	Módulo de Recursos Humanosdel 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0004	Módulo de Comportamiento y Ética Empresarialdel 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	5	169€	--
0005	Módulo de Contabilidad de Gestión y de Costesdel 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0006	Módulo de Finanzasdel 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0007	Módulo de Inversión del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0008	Módulo de Fiscalidad del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0009	Fundamentos del Marketing del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--

Código	Módulo	Créditos ETCS	Precio Módulo	Precio Material
0010	Métodos y Técnicas para la Investigación de Marketing del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0011	Dirección de Publicidad y Promoción del Productodel 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0012	Estrategias de Marketing del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0013	Módulo de Productividad y Diseño de la Planta Productiva del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0014	Módulo de Calidad y Capacidad de la Planta Productiva del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0015	Módulo de Logística del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--
0016	Módulo de Control del Proceso Productivo del 15 de enero al 30 de septiembre de 2016.	10	338€	--

## 2.3 Itinerario

El Título de Máster, de dos cursos académicos de duración, está estructurado de manera que forma una unidad autosuficiente de conocimientos teóricos y práctico.

PROGRAMA:

Primer curso académico:

Módulos obligatorios, que al alumno debe realizar en un solo año:

1. Módulo introductorio (Teoría Económica y Admón. de Empresas) (15 créditos)
2. Módulo de información y comunicación en la empresa (Sistemas Informativos) (10 créditos)
3. Módulo de recursos humanos (10 créditos)
4. Módulo de comportamiento y ética empresarial (5 créditos)

Segundo curso académico:

El alumno elegirá los correspondientes a una de las siguientes especialidades:

Especialidad en Dirección de Finanzas

5. Módulo de contabilidad de gestión y de costes (10 créditos)

6. Módulo de finanzas (10 créditos)

7. Módulo de inversión (10 créditos)

8. Módulo de fiscalidad (10 créditos)

Especialidad en Dirección de Marketing

9. Fundamentos del Marketing (10 créditos)

10. Métodos y técnicas para la investigación de Marketing (10 créditos)

11. Dirección de publicidad y promoción del producto (10 créditos)

12. Estrategias de Marketing (10 créditos)

Especialidad en Dirección de la Producción

13. Módulo de productividad y diseño de la planta productiva (10 créditos)

14. Módulo de calidad y capacidad de la planta productiva (10 créditos)

15. Módulo de logística (10 créditos)

16. Módulo de control del proceso productivo (10 créditos)

### 3. Metodología y actividades

El método aplicado en el Máster es el propio de la enseñanza universitaria a distancia el cual permite al alumno cursar sus estudios cualquiera que sea su lugar de residencia y sus responsabilidades laborales y familiares. El Curso abarca 80 créditos ECTS que se distribuyen en 65 de formación teórica y 15 de formación práctica basada en la resolución de casos y supuestos prácticos.

#### LISTADO DE MATERIALES OBLIGATORIOS

#### MASTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING(SEGUNDO CURSO ESPECIALIDAD DIRECCIÓN DE MARKETING)

##### *MÓDULO 9 FUNDAMENTOS DE MARKETING*

1. Rufin Moreno, Ramón: MARKETING SUPERIOR. Editorial Alondra, 2004. ISBN:ISBN: 9788496679399

#### *MÓDULO 10 MÉTODOS Y TÉCNICAS PARA LA INVESTIGACIÓN DE MARKETING*

2. Julián Santos, Ángel Muñoz, Pedro Juez y Pedro Cortiñas: DISEÑO DE ENCUESTAS PARA ESTUDIOS DE MERCADO. CERA, 2003, ISBN: 9788480045643

#### *MÓDULO 11 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO*

3. Kenneth E. Clow y Donald Baak: PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN INTEGRAL EN MARKETING. Prentice Hall, 2010, ISBN: 9786074426304

#### *MÓDULO 12 ESTRATEGIAS DE MARKETING*

4. Dionisio Cámara y María Sanz: DIRECCIÓN DE VENTAS: VENDER Y FIDELIZAR EN EL NUEVO MILENIO. Prentice Hall, 2001, ISBN: 9788420532127

5. Rosa Díaz, M<sup>a</sup> Isabel; Rondán Cataluña, Fco. Javier y Díez de Castro, Enrique Carlos, 6<sup>a</sup> edición.: GESTIÓN DE PRECIOS. Esic, 2013, ISBN: 9788473568418

### **MASTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING (SEGUNDO CURSO ESPECIALIDAD DIRECCIÓN FINANCIERA)**

#### *MÓDULO 5 DE CONTABILIDAD, DE GESTIÓN Y DE COSTES*

1. Muñoz Merchant, Ángel: INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD. EDIASA, 2<sup>a</sup> edición 2014; ISBN:

2. Sáez Torrecilla, Ángel; Fernández Fernández, Antonio y Gutiérrez Díaz, Gerardo: CONTABILIDAD DE COSTES Y CONTABILIDAD DE GESTIÓN (2 TOMOS). McGraw Hill, 2004; VOLUMEN 1, ISBN: 9788448170943 Y VOLUMEN 2: ISBN: 9788448170929

3. Casas Sánchez, José María, Cortiñas Vázquez, P. Y Zamora Sanz: ESTADÍSTICA ECONÓMICA Y EMPRESARIAL (Distribuciones e inferencia). EDIASA, 2010; ISBN: 9788499610054

#### *MÓDULO 6 DE FINANZAS*

4. Pablo López, Andrés de: VALORACIÓN FINANCIERA. CERA, 2002; ISBN: 9788480045094

#### *MÓDULO 7 DE INVERSIÓN*

5. Morales-Arce Macías, Rafael: FINANZAS EMPRESARIALES. UNED, 2010; ISBN: 9788436260960

#### *MODULO 8 FISCALIDAD DE LA EMPRESA*

6. Archivo PDF que se colgará de la plataforma

## **4. Duración y dedicación**

El Curso comienza en enero con el envío de material didáctico a los alumnos matriculados y coincidiendo con el final del período de matriculación establecido por la UNED.

En la primera quincena del mes de mayo se enviará la autoevaluación correspondiente al primer curso académico que deberá remitir el alumno, una vez cumplimentada, a lo largo del mes de septiembre.

El segundo envío de material didáctico tendrá lugar al comienzo del segundo curso académico.

En la primera quincena de mayo del segundo curso académico se remitirá a los alumnos la segunda evaluación del Máster, que devolverán, cumplimentada, al equipo docente antes de concluir el mes de septiembre.

## 5. Material didáctico para el seguimiento del curso

### 5.1 Material obligatorio

#### 5.1.1 Material editado y de venta al público en librerías y librerías virtuales

##### Dirección de ventas : vender y fidelizar en el nuevo milenio

**Autores** Cámara, Dionisio; Sanz Gómez, María  
**Editorial** Alhambra  
**Edición** 2001  
**Precio aproximado** 22.26€  
**ISBN** 9788420532127

##### Finanzas empresariales

**Autores** Morales-Arce Macías, Rafael  
**Editorial** UNED  
**Edición** 2010  
**Precio aproximado** 39.45€  
**ISBN** 9788436260960

##### Contabilidad de Costes y Contabilidad de Gestión. Vol. II

**Autores** Fernández Fernández, Antonio; Gutiérrez Díaz, Gerardo; Sáez Torrecilla, Ángel  
**Editorial** McGraw Hill  
**Edición** 2009  
**Precio aproximado** 56.75€  
**ISBN** 9788448170929

## Contabilidad de Costes y Contabilidad de Gestión. Vol. II

**Autores** Fernández Fernández, Antonio; Gutiérrez Díaz, Gerardo; Sáez Torrecilla, Ángel  
**Editorial** McGraw Hill  
**Edición** 2009  
**Precio aproximado** 56.75€  
**ISBN** 9788448170929

## Gestión de precios

**Autores** Rosa Díaz, Isabel María; Rondán Cataluña, Francisco Javier; Díez de Castro, Enrique Carlos  
**Editorial** ESIC Editorial  
**Edición** 2013  
**Precio aproximado** 24.04€  
**ISBN** 9788473568418

## Valoración Financiera

**Autores** Pablo López, Andrés de  
**Editorial** Editorial Universitaria Ramón Areces  
**Edición** 2002  
**Precio aproximado** 48€  
**ISBN** 9788480045094

## Diseño de encuestas para estudios de mercado. Técnicas de muestreo y análisis multivariante (A)

**Autores** Cortiñas Vázquez, Pedro; Juez Martel, Pedro; Muñoz Alamillos, Ángel; Santos Peñas, Julián  
**Editorial** Editorial Universitaria Ramón Areces  
**Edición** 2003  
**Precio aproximado** 42€  
**ISBN** 9788480045643

## Introducción a la contabilidad

**Autores** Muñoz Marchante, Ángel  
**Editorial** Ediciones Académicas S.A.  
**Edición** 2011  
**Precio aproximado** 54.81€

**ISBN** 9788492477326

### Marketing superior

**Autores** Reina Paz, María Dolores; Rodríguez Oromendia, Ainhoa; Rufín Moreno, Ramón

**Editorial** Alondra

**Edición** 2004

**Precio aproximado** 34,61€

**ISBN** 9788496679399

### Estadística económica y empresarial

**Autores** Casas Sánchez, José Miguel; Cortiñas Vázquez, Pedro; Zamora Sanz, Ana Isabel

**Editorial** Editorial Universitaria Ramón Areces

**Edición** 2010

**Precio aproximado** 40,38€

**ISBN** 9788499610054

Puede adquirir dichos materiales a través de la [Librería Virtual de la UNED](#).

## 5.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

### 5.2.1 Otros Materiales

EXPERTO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS: DIRECCIÓN Y GESTIÓN.1. Rodrigo Illera, Carlos: DIRECCIÓN DE EMPRESAS.Sanz y Torres, 2015; ISBN: 9788415550785

MASTER EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING(SEGUNDO CURSO ESPECIALIDAD DIRECCIÓN DE MARKETING)MÓDULO 11 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

1. Kenneth E. Clow y Donald Baak: PUBLICIDAD,PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN INTEGRAL EN MARKETING. Prentice Hall, 2010, ISBN:9786074426304

## 6. Atención al estudiante

El alumno estará en contacto permanente con los profesores a lo largo de todo el curso, bien a través de teléfono, correo ordinario, fax, o correo electrónico. No obstante se establece el siguiente horario de tutoría presencial:



- Martes y jueves lectivos de 10 a 14 horas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, despachos 1.02 y 1.08, teléfonos: 91.398.63.73/74/47

- Las direcciones de correo electrónico son las siguientes:

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

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

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

- [palberca@cee.uned.es](mailto:palberca@cee.uned.es)

## 7. Criterios de evaluación y calificación

A lo largo del Master el alumno deberá complementar dos pruebas de auto-evaluación correspondientes, cada una de ellas, al primer y segundo curso académico del programa del Máster respectivamente. Al final del Curso (septiembre) deberá entregar debidamente formalizada una prueba a distancia que se calificará por los profesores del equipo docente y definirá la nota final.

## 8. Equipo docente

### Director/a

Director - UNED

*RODRIGO ILLERA, CARLOS*

### Directores adjuntos

Director adjunto - Externo

*MEDINA MOLINA, CAYETANO*

### Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

*ALBERCA OLIVER, MARIA PILAR*

Colaborador - UNED

*RODRIGO ILLERA, CARLOS*

Colaborador - UNED

*RUFIN MORENO, RAMON*

## Colaboradores externos

Colaborador - Externo

*MEDINA MOLINA, CAYETANO*

Colaborador - Externo

*MOLI QUINTILLA, JERÓNIMO RAMÓN*

## 9. Matriculación

Del 7 de septiembre al 18 de diciembre de 2015.

Información

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

<http://www.fundacion.uned.es/>