



Universidad
de Navarra

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Departamento de Empresa

Business Communication
2009-10
Conclusion of Spring 2010 Semester
Michael Bohlin
March 25, 2010 – May 6, 2010

March 25th 2010

Business Communication

Theories of communication..
Knowing your audience
Business Comm

April 1st & 8th, 2010 Semana Santa

April 15th 2010

- Finish presentation from Business Comm general course *upward and downward*
8-8:25
- Small Groups and Teams
8:30-9:15
- Slides 24 through from BCOM – April 15 Key concepts and business acceptance prep
9:15 – 9:45

WORKSHOP “Why would I hire you?”

9:50 – 10:15

EFFECTIVE RESUME WRITING/Interview workshop

If with students, interview activity with questions (Hand out 150 questions for interviewing)

If without, resume writing

If completed, create cover letter

Homework

2 - minute elevator sales pitch



April 22nd

Topics

Negotiation: Techniques and Strategies

Persuasive and Sales Messages

Workshop

Writing a proposal

Orange Negotiations

Assignment for final exam/presentation- hand out and explain procedure

April 29, 2010

- Youtube Marriot - **Annual reports**
<http://www.youtube.com/watch?v=5EyvUpYf5oY&feature=related>
- Corporate communications Departments Power point
- Political Communication
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_303_brut_en.pdf
- Managing Cultural Differences
<http://www.ieseinsight.com/fichaMaterial.aspx?pk=2557&idi=2&origen=1&ar=20&buscador=1&general=intercultural+communication>
- **Interpersonal Skills:**
 - emotional intelligence
 - self take and assertiveness
 - Daniel Coleman Video
- Introduction to **Strategic Planning**
- You gotta have a plan -
<https://spinproject.rdsecure.org/downloads/SCPTemplate.pdf>
- **The BRAND presentation**

Extra time..presentation prep

May 6th, 2010

Group Final Presentations: Developing a Strategic Communication Plan

Business Communication subject aims to leverage student's communication skills in the entrepreneurial and professional world and provide them with information and abilities to work in the corporate communication and business communication environment .

The syllabus of the subject is

Business Communication

Theory

1. Communication today
2. Leadership and communication
3. Intercultural communication
4. Organisational communication
5. Corporate Communications departments:
6. Internal Communication:
 - Internal Communication tools: Internal house organs, web pages
 - Team communication
 - Communicating in meetings
 - Employment communication
 - Negotiation skills
 - Conflict management
7. External Communication:
 - Public Communication
 - Public Relations
 - Press
 - Brand Communication
8. Contentwise Communication
 - Green Communications ' (Sustainable Communications)
 - Technological communications
 - Financial Communications : Annual Report
9. Corporate Responsibility
10. Protocol and event's organization



Practice

1. Document design and Graphics Communications
2. Doing and using research
3. Non verbal communication
- 4.

Interpersonal skills: emotional intelligence, self take and assertiveness

5. Interpersonal skills: listening, questioning and feedback
6. Argument: logic, persuasion and influence
7. Letter and memos
8. Reports and proposals
9. Online writing
10. Academic writing: the essay
11. Oral communication
12. Communication Plan

Bibliography:

Baden Eunson, Communicating in the 21st century. Wiley
Paul A. Argenti, Corporate Communications. Mcgrall Hill International Edition
Michael B. Goodman. Corporate Communications for Executives.Suny Series

Evaluation:

Half Semester: Presentation of companies from the same sector. Corporate Communications Policy

Semester final: Presentation of a company in a press conference , new investors, possible fusion partners (simulation)

Weekly: Press Summaries. Comments on news



Informática Aplicada
Curso 2009-2010

Objetivos

Introducir a los alumnos en manejo de las aplicaciones ofimáticas básicas a través de ejemplos y casos aplicados a la empresa o a la economía

Objetivos de contenidos:

- Aprender el manejo de herramientas ofimáticas para realizar informes (Open Writer) y presentaciones (Open Impress)
- Dominar el funcionamiento de las hojas de cálculo (Open Calc). Uso de fórmulas, estructura de las tablas, cuadros de formulario y sus aplicaciones a la economía y a la estadística.
- Crear bases de datos (Open Base o Microsoft Access) para almacenar los datos de los clientes, proveedores u otro tipo de información útil para la empresa.
- Realizar diagramas de planificación de proyectos (Gantt Project).
- Realizar diagramas de procesos (Open Draw) de una empresa.

Objetivos de competencias y habilidades que el alumno debe desarrollar:

- Desarrollar informes y presentaciones elegantes y profesionales
- Utilizar de modo adecuado las distintas fuentes de información (Internet, periódicos...)
- El alumno debe conseguir utilizar el ordenador como una herramienta más para su trabajo.
- Aprender a desenvolverse con las herramientas ofimáticas de tal forma que sepa como usarlas para resolver cualquier problema que le surja.



Programa

Programas Ofimáticos:

1. Open Writer

- Introducción
- Bordes y sombreados
- Interlineado: espacio entre líneas
- Escribir a dos columnas
- Tablas
- Tabuladores
- Notas al pie de página
- Encabezado y pie de página

2. Open Impress

- Introducción
- Opciones de visualización
- Introducir textos en diapositivas
- Patrones y plantillas
- Insertar imágenes
- Animaciones y transiciones
- Ensayo de presentaciones

3. Open Calc

- Introducción
- Empezar a trabajar con Open Calc
- Introducción de fórmulas y cálculos básicos
- Crear gráficos
- Impresión de documentos
- Aplicaciones avanzadas de Open Calc
- Open Calc aplicado a la estadística
- Open Calc aplicado a la economía
- Escenarios económicos
- Open Calc aplicado al tratamiento de texto
- Open Calc aplicado al tratamiento de datos
- Filtros automáticos
- Subtotal



4. Microsoft Access

- Introducción a las bases de datos
- Diseño y Creación de una base de datos
- Las tablas
- Los campos
- Los formularios
- Ordenar, buscar, reemplazar y filtrar
- Consultas de selección
- Comandos de acción
- Informes
- Barra de Herramientas

5. Open Draw

- Introducción
- Diagramas de procesos

6. Gantt Project

- Introducción
- Diagrama de Gantt
- Diagrama de Pert

Metodología

Sistema de Evaluación Continua:

- Acudir a todas la clases presenciales
- No es necesario el estudio teórico, las clases son totalmente prácticas
- Se imparte una serie de clases presenciales sobre las diferentes aplicaciones, a continuación de estas clases presenciales se solicita la práctica correspondiente
- La realización de estas prácticas tiene que ser totalmente individual*
- Entregar 5 prácticas evaluables obligatorias
- Se reservan las aulas en el CTI para poder realizar estas prácticas si el alumno no tuviese ordenador
- En los horarios reservados para prácticas estará presente un profesor para resolver cualquier duda
- Realizar una Prueba de Validación** que demuestre que las prácticas las ha realizado el alumno



Universidad
de Navarra

* La no realización de la práctica individualmente conlleva el suspenso automático de la asignatura.

** La Prueba de Validación es un sencillo examen de 45 minutos con preguntas rápidas que solo se podrán responder correctamente si las prácticas han sido realizadas por el alumno, es decir, no han sido copiadas o realizadas por otra persona.



Universidad
de Navarra

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Formación en competencias profesionales I

Curso 2009-2010

▪ **Presentación**

Con esta asignatura se trata de formar a los universitarios en aquellas competencias relevantes en su desarrollo personal, que son especialmente valoradas por las empresas. La adquisición de estas actitudes y habilidades mejora la profesionalidad y la empleabilidad del universitario, complementando así su formación académica.

En Formación en Competencias Profesionales se conjuga la metodología online con la presencial. La modalidad online garantiza la flexibilidad y autonomía del alumno en el estudio de la asignatura y en la realización de los distintos trabajos y actividades. Las sesiones presenciales y las entrevistas de asesoramiento personalizadas son el cauce para que el alumno adquiera las habilidades y actitudes que constituyen las competencias a desarrollar.

▪ **Objetivos**

Objetivos de contenidos:

- ❖ Saber cuáles son las competencias más valoradas en el entorno profesional.
- ❖ Saber en qué consiste cada una de las competencias profesionales.
- ❖ Adaptar y aplicar los conceptos de esas competencias al perfil profesional de cada Facultad.
- ❖ Comprender la relación que existe entre las distintas competencias.

Objetivos de competencias y habilidades:

- ❖ Desarrollar en el alumno las distintas competencias profesionales: motivación, liderazgo, etc.
- ❖ Comunicarse de manera adecuada de modo oral y por escrito.
- ❖ Capacidad de trabajar en equipo.
- ❖ Promover el aprendizaje y el trabajo autónomo responsable del alumno

▪ **Programa en módulos:**

1. Habilidades de negociación
2. Motivación y liderazgo
3. Trabajo en equipo y gestión de proyectos

▪ **Bibliografía**

➤ **BÁSICA RECOMENDADA**

- **COVEY, S.** (1997). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. La revolución ética en la vida cotidiana y en la empresa.* Barcelona: Paidós.
- **PIN, J. R. (Ed.)**. (2002). *Paradigmas del liderazgo. Claves de la dirección de personas.* Madrid: McGraw-Hill.
- **RODRÍGUEZ, J. M.** (1997). *EL reto del trabajo en equipo.* Barcelona: Folio.
- **ROURE, J. B.** (1997). *Negociación: resolución de problemas y creación de valor.* Barcelona: Folio.

➤ **BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA**

- **BAGUER, A. (2001).** *Un timón en la tormenta: cómo implantar con sencillez la gestión de los recursos humanos.* Madrid: Díaz de Santos.
- **BOYATZIS, R.** (1982). *The competent manager.* New York: John Wiley & Sons.
- **CARDONA, P. (2002).** *Las claves del talento: influencia del liderazgo en el*

desarrollo de personas. Barcelona: Urano.

• **FURNHAM, A.** (2001). *Psicología organizacional: el comportamiento del individuo en las organizaciones*. Oxford: Oxford University Press.

• **KOLB, D.** (1991). *Organizational behaviour: an experimental approach*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

• **STEIN, G.** (2003). *La aventura del liderazgo*. Barcelona: Gestión 2000.

• **VILLALONGA, M.** (Coord.). (2003). *Coaching directivo: desarrollando el liderazgo*. Barcelona: Ariel.

▪ **Metodología**

Formación en competencias profesionales es una asignatura de carácter teórico-práctico en la que se pretende que el alumno conozca y reflexione sobre situaciones habituales que se dan en el ámbito de la empresa, y desarrolle las actitudes y habilidades requeridas para ser un buen profesional.

Para desarrollar competencias no sólo es preciso el estudio de los módulos, sino también el trabajo y esfuerzo constante. Para adquirir competencias, es preciso trabajarlas poco a poco, con un ritmo sostenido.

Por tanto, para alcanzar este objetivo se proponen las siguientes actividades:

1. Realización de las pruebas psicoprofesionales:

Las pruebas psicoprofesionales son un instrumento diseñado por la [Oficina de Salidas Profesionales](#) de la Universidad de Navarra (OSP), cuyo fin es facilitar el autoconocimiento de los alumnos. El conocimiento de uno mismo facilita la definición del perfil personal y profesional. Conocer los puntos fuertes y débiles que se poseen presenta, entre otras, dos ventajas:

1. Si se conoce para qué se está preparado personal, académica y profesionalmente, se optimizarán las propias capacidades.
2. Si se conocen las carencias personales y profesionales se podrá dedicar esfuerzo para suplirlas, compensarlas o remediarlas a través, por ejemplo, de formación complementaria.

Las pruebas psicoprofesionales evalúan los siguientes aspectos.

1.1 Razonamiento verbal: permite conocer la capacidad de comprender, asimilar y utilizar eficientemente información escrita.

1.2 Razonamiento espacial: permite conocer la capacidad para comprender las relaciones en el espacio.

1.3 Razonamiento lógico: permite conocer la capacidad para descubrir relaciones lógicas mediante procesos mentales de análisis y síntesis.

1.4 Razonamiento numérico: permite conocer la capacidad para manejar números y razonar a partir de ellos.

1.5 Autovaloración: esta prueba contribuye a profundizar en el autoconocimiento personal.

1.6 Competencias profesionales: permite conocer qué competencias profesionales posee el alumno y cuáles necesita mejorar. Concretamente, se evalúan las competencias de los alumnos en tres áreas:

a) Social: comunicación, persuasión, habilidad social, liderazgo, independencia, relación, empatía y trabajo en equipo.

b) Cognitiva o mental: evaluación, intuición, orientación a los procesos, orientación a las personas, análisis, conceptualización, innovación, planificación, organización, perseverancia y capacidad de decisión.

c) Emocional: relajación, control emocional, optimismo, flexibilidad, iniciativa, dinamismo, ambición y automotivación.

1.7 Idiomas: Permite conocer el nivel de inglés que tiene el alumno.

Una vez que el alumno realiza las pruebas, obtiene un informe sobre las capacidades, habilidades y actitudes que posee. Este informe es el material que se trabajará en la primera entrevista de asesoramiento. Además, como ventaja adicional, el alumno queda incorporado a la bolsa de trabajo de la Universidad.

2. Informes de autoconocimiento para personalizar y afianzar el proceso de adquisición de competencias:

- Informe inicial: comentar los resultados de las pruebas psicoprofesionales y plan de acción inicial.
- Informe intermedio: informe de autoevaluación. Revisión del plan de acción inicial.
- Informe final: evaluación del proceso y elaboración de un plan de mejora para seguir desarrollando los puntos débiles y afianzando las fortalezas.

Plan de acción final.

Entrega informes: vía e-mail.

Existe la posibilidad de comentar estos informes en asesoramiento. Estas entrevistas son de carácter voluntario.

3. Estudio y trabajo de los módulos. En cada uno de ellos habrá que realizar las siguientes actividades:

- **Estudio de los contenidos:** cada módulo tiene una estructura semejante formada por unidades didácticas que a su vez están compuestas por lecciones.
- Realización de una **tarea:** durante el estudio individual de los contenidos, el alumno tendrá que realizar una tarea a entregar al profesor por e-mail.
- Participación en el **foro de debate:** el alumno tendrá que participar en los foros de debate propuestos en cada módulo.
- Elaboración de una **actividad:** Desde el comienzo del módulo, el alumno tendrá que ir preparando la actividad que se entregará en la segunda sesión presencial. Esta actividad servirá para ampliar lo estudiado y reforzar los aspectos más importantes.
- Asistir a dos **sesiones presenciales:** se desarrollan dos sesiones presenciales en dos semanas diferentes. Cada clase tiene una duración de 2 horas. En ella se pone en común el caso o artículo que los alumnos han ido trabajando a lo largo del módulo. Además se desarrollan otras actividades complementarias (trabajo de casos breves, de artículos de prensa, visualización de películas, dinámicas de grupo, etc.). Al finalizar la segunda clase los alumnos entregan la actividad al profesor por escrito debidamente presentada, para ser evaluada posteriormente.

Se detalla a continuación la temporización de cada módulo:

1ª semana	2ª semana	3ª semana
Estudio de los contenidos.	Foro de debate.	
	Preparación individual de la actividad.	2ª sesión presencial (2 horas): - Actividades: casos, dinámicas de grupo, visualización de películas, trabajos en grupo, exposiciones orales, etc. - Entrega de la actividad.
Realizar y entregar una tarea en relación con los	1ª sesión presencial (2 horas):	

contenidos de estudio.		
Preparación individual de la actividad.	- Actividades: casos, dinámicas de grupo, visualización de películas, trabajos en grupo, exposiciones orales, etc.	

4. Examen: tendrá lugar en diciembre. Constará de preguntas tipo test.



Universidad
de Navarra

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PROGRAMA ASIGNATURA: FINANCIAL MARKETS: PRACTICAL QUESTIONS (MERCADOS FINANCIEROS)

CURSO 2009-2010

PROGRAMA

The course has three different modules:

-Module one:

Weekly solving of one financial problem: Present value, Internal rate of return, Bond valuations, Principal and interest on installment loans, Cost of a loan and a line of credit, Commercial bill discount, etc.

-Module two:

Discussion of previous week English or American economic press articles: Bond issues, Equity markets performance, Rationale of the dollar exchange rate movements, right issues, etc.

-Module three:

Subject 1 – The Money, valuation mean, payment mean. The savings, the investments, the capital and the financing. Time value of money. The interest.

Subject 2- The interest, the profitability and the risk. The security, the liquidity, the solvency risk and the market risks.

Subject 3 –The financial intermediaries. The Banks. The banking products: saving and financial investing. Other banking services. The fees.



Subject 4 –The desintermediation. Money providers and money users. The fixed income and equity markets.

Subject 5- The most important types of contracts. Spot and forward. Closed and conditional. Options. Puts and calls: we live with them in the day to day, and so happen in the financial markets.

Subject 6- The S/T fixed income markets. The money markets. Main submarkets and products. Risk/return. Final users. The rating.

Subject 7- The L/T fixed income markets. The credit markets. The solvency. The rating. The treasury and corporate bonds. Tax implications. The derivatives. The CDS

Subject 8- The forex markets. Currencies, bills and coins. Bid and offer. The cross rates. The official exchange rates. The forwards, the futures, the swaps and the options. Forex risk management.

Subject 9- The equity markets. Ordinary shares. Purchase and sale. Fees. Tax implications. The main intermediaries. The brokers and the dealers. The market makers, the investors, the issuers. The valuation. The analysts. The information.

Subject 10 –The market information. Who create it and where is it. How to read it. The financial press. The regulators. The confidential information.

Subject 11- The hybrids. The convertibles and the warrants. The perpetuals, the subordinated, the preference shares. The risk coverage. The guaranteed funds and the advertising.

Subject 12 –The trading. Making money by trading. The positions always exist. Long and short. There is always risk.

Subject 13- The liquid and illiquid assets. The real state assets v/s equities.



Evaluation:

Each week the student will be given a financial problem to solve and two press articles with several questions each. The weekly answer to the given homework as well as the class participation will weight 30% in the final grade, provided that the student goes to class in at least 80% of the cases. Otherwise only 10%

In groups of three the students will prepare a paper describing one of the main financial markets, ei. the US commercial paper Mkt. These papers will weight 20 % of the final grade.

There will be a final exam with three parts: financial problems, discussion of press articles and a description of a financial market. The exam will weight 50 %. Or 70% in case the student does not attend 80% of the classes.

Textbooks and other:

There is no recommendation to read specific books or manuals. It is recommended to read the Financial Press. Financial calculators are convenient, Pac's more than welcome

Professor:

Antonio Aparicio, 58 year old, Civil Engineer, Madrid, MBA from IESE. He worked 7 years for JP Morgan, Madrid and New York and 15 years for Banco Santander as Head of the Staff of the Chairman.

Time to assist students:

Every Wednesday from 16 30 to 18 and Thursday from 245 to 7 hours by office 1830