

Módulo II. Funciones, Procesos y estrategias (18 ECTS OB)

		ASIGNATURAS									
		Dirección Financiera	Finanzas Operativas	Marketing	Dirección Comercial	Dirección de Personas	Dirección de Operaciones	Gestión de Contenidos	Estrategia de Producto	Sistemas de Información	Gestión y desarrollo de nuevos medios
CG2	Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CG3	Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.	X		X	X			X			X
CG6	Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CG9	Ser capaz de utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.			X	X			X	X	X	X
CG10	Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CG11	Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.			X	X				X		X
CG12	Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.			X	X		X	X		X	X
CG14	Ser capaz de asumir como profesional y como ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida, y el compromiso de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CG15	Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación			X	X		X			X	X
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio			X	X	X	X	X	X	X	X
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades			X	X	X		X	X		X
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CE10	Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del las tecnologías de la información (TIC) - la comprensión y el uso de las TIC para su aplicación en los negocios, y la comprensión de su impacto en los distintos mercados de la comunicación.						X	X		X	X
CE13	Ser capaces de pensar críticamente y de ser creativos: la gestión de los procesos creativos en sí mismos, así como de organizar, analizar, sintetizar ideas, y evaluar propuestas de gestión críticamente.			X	X			X	X		X

CONTENIDO DE LA MATERIA

Financiera. Gestión financiera. Análisis y diagnósticos financieros. Análisis de ratios. Adquirir técnicas para el análisis de inversiones. Aprender a tomar decisiones de inversión y analizar con sentido crítico la contabilidad financiera y políticas contables en empresas comerciales, industriales y de servicios.

Control de gestión. Una visión práctica sobre el concepto de control de gestión, que acerque al alumno a la operativa y responsabilidades del *controller*, desde el punto de vista del cumplimiento de objetivos económicos y financieros. Entender el papel del auditor.

Marketing.

Dirección de Marketing. Introducción a los fundamentos de la disciplina del marketing. Conceptos, principales teorías y conocimiento del marco científico que sustenta esta práctica. Análisis de las decisiones estratégicas de marketing, especialmente en el sector de la comunicación.

Dirección Comercial. Entender la interrelación e importancia de las variables de marketing. Estudio de las principales variables en la fijación de precios, la gestión del canal de distribución y la comunicación comercial.

Dirección de Personas y organizaciones.

Dirección de Operaciones. Profundización en los conceptos de operaciones y desarrollo de estrategias de operaciones en diversas actividades de comunicación y entretenimiento.

Dirección de personas. Entender los aspectos relacionados con la dirección de recursos humanos de una compañía de comunicación: gestión de la carrera profesional, selección, contratación y estrategias de motivación, gestión de conflictos laborales, técnicas de evaluación y remuneración.

Contenidos

Gestión de Contenidos. Aprender a valorar desde criterios de calidad los contenidos de los medios. Entender la actividad comercial de la gestión de contenidos. Gestionar con eficacia la cadena de valor.

Estrategias de producto. Estudio de los conceptos de la dirección de producto. Organización, ubicación en la estructura de las compañías y aplicación en el mundo de las empresas de comunicación. Se prestará especial atención al lanzamiento de nuevos productos y a las.