

Guía Docente

Modalidad Semipresencial

Técnicas de marketing y de
gestión de recursos
humanos

Curso 2022/23

Máster Universitario en
Ingeniería de Montes



UCAV

www.ucavila.es



Datos descriptivos de la Asignatura

Nombre:	TÉCNICAS DE MARKETING Y DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Carácter:	OBLIGATORIA
Código:	10304MM
Duración (Cuatrimestral/Anual):	CUATRIMESTRAL
Cuatrimestres del Máster:	2º
Nº Créditos ECTS:	4
Prerrequisitos:	NINGUNO
Lengua en la que se imparte:	CASTELLANO
Módulo:	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y POLÍTICA FORESTAL Y DEL MEDIO NATURAL
Materia:	ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS

En el curso 2022/2023, en caso de que las circunstancias sanitarias lleven a un nuevo confinamiento, será de aplicación lo dispuesto en el Anexo de esta Guía para el escenario “**Confinamiento**”.

1

Profesorado

Responsable docente: Dra. María Peana Chivite Cebolla, Sergio Luis Náñez
Alonso

Profesores de la Asignatura:

- **Profesor 1:** Dra. María Peana Chivite Cebolla
 - **Curriculum:**
 - **Email:** mpeana.chivite@ucavila.es

- **Profesor 2:** Dr. Sergio Luis Náñez Alonso
 - **Curriculum:**
 - **Email:** sergio.nanez@ucavila.es

2

Objetivos y competencias

2.1. COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

- CB2.- 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.

- CB3.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

- CB4.- 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.

- CG1.- Capacidad para aplicar las técnicas de marketing y comercialización de productos forestales.

2.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE12 - Capacidad para analizar y diagnosticar el entorno y la propia empresa, elaboración y gestión de planes de negocio y realización de estudios de rentabilidad de inversiones forestales.
- CE14 - Conocimiento de las herramientas para el análisis económico y financiero y capacidad para la gestión de los recursos económicos.
- CE13.- Conocimientos para la racionalización de los procesos productivos y de métodos de trabajo.
- CE15.- Conocimiento de las estrategias de marketing, estudios de mercado y políticas de distribución.
- CE16.- Conocimiento de las herramientas de comunicación, información, motivación y gestión del personal.

2.3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Adquisición de conocimientos y capacidades para analizar y diagnosticar el entorno y la propia empresa.
- Desarrollo de habilidades para la elaboración y gestión de planes de negocio y la realización de estudios de rentabilidad de inversiones forestales.
- Dominio de herramientas de análisis económico y financiero.
- Adquisición de capacidades para la gestión de los recursos económicos.
- Conocimiento de las estrategias de marketing, estudios de mercado y políticas de distribución.
- Conocimiento de las técnicas y herramientas de comunicación, información, motivación y gestión del personal.

- Adquisición de conocimientos para la organización de recursos humanos dentro de la empresa y aplicación de los valores y ética profesional en las relaciones con los compañeros y clientes.

3.1. PROGRAMA

Parte Técnicas de Marketing

Tema 1: Dirección Comercial y Marketing. (*Sesión 1ª*). Concepto y herramientas del marketing.

- 1.1. Mercados y orientación de las empresas
- 1.2. Plan de marketing
- 1.3. El entorno

Tema 2: El mercado y la demanda. (*Sesión 2ª*).

Tema 3: El marketing mix. (*Sesión 3ª y 4ª*)

- 3.1. Producto
- 3.2. Servicio
- 3.3. Precio
- 3.4. Comunicación
- 3.5. Distribución

Parte Gestión de Recursos Humanos

1. Las organizaciones y las personas.
2. La provisión de recursos humanos.
3. El Reclutamiento de personal.
4. La selección de Personal.
5. La Evaluación del Desempeño.
6. Planes de Prestaciones sociales, Calidad de vida en el trabajo y relaciones sociales.
7. Modalidades de Contratación de los RRHH.

TOTAL ASIGNATURA: CUATRIMESTRE II (4 ECTS)

3.2. BIBLIOGRAFÍA

- **VI Curso de Dirección Estratégica** (2007). ESIC. Business & Marketing School.
- BELTRÁN, M. (1994) **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**. Ed. Alianza Universidad Textos, Madrid, 604pp.
- BRIDGES, W. (1996) **Como crear nuevas oportunidades**. Ed. Prentice Hall, California.
- BYARS, LL. Y L. RUE, (1996) **Gestión de recursos humanos**. Ed. Irwin, España.
- BYRNE, J. (1996) **Liderando el cambio**. Revista Horizonte Empresarial, España no 2075, 40 - 42pp.
- C.THOMSET, MICHAEL. (1990) **Las reuniones de trabajo**. Editorial Norma (Bogotá)
- CABALLO, VICENTE (1993). **Manual de evaluación y entrenamiento de habilidades sociales**. Editorial Siglo XXI.
- CHAMPY, J. (1996) **Reingeniería en la gerencia**. Ed. Norma, Colombia, 244 pp.
- COWLING, A Y JAMES P. (1997) **La esencia de la administración de personal y las relaciones industriales**. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México.
- CRUZ ROCHE, I. (2001), **Fundamentos de marketing**. Ariel Economía. Barcelona
- CUTROPÍA, C. (2003) **Plan de Marketing**. Paso a Paso. ESIC Madrid
- DAVIS, K. Y W. WERTHER. (1991) **Administración de personal y recursos humanos**. Ed. Mc Graw-Hill, México, 396 pp.
- DESSLER, G. (1994) **Administración de personal**, Ed. Prentice Hall Hispanoamericana S.A. México. 716 pp.
- ELIASSON, G. (1997) **La gestión internacional y competencias de dirección: una perspectiva europea**. En: Formación Profesional. No. 10, enero - abril. p. 28-38.
- ESTEBAN, A. (1996), **Principios de marketing**. ESIC Editorial. Madrid

- FRENCH, W. (1993) **Administración de personal: Desarrollo de recursos humanos**. Ed. Limusa, México, 656 pp.
- GIL RODRÍGUEZ, F. Y GARCÍA SAIZ, M. (1993). **Habilidades de dirección en las organizaciones**. Editorial EUDEMA (Madrid)
- KOTLER, Ph. KARTAJAYA, AND SETIAWAN *Marketing 4.0: transforma tu estrategia para atraer al consumidor digital*. Lid Editorial, Madrid, 2018
- KOTLER, Ph., *Principios de marketing*. Prentice Hall. Madrid, 2018.
- KOTLER, Ph., *Fundamentos de marketing*. Prentice Hall. Madrid, 2017.
- KOTLER, Ph., *Dirección de marketing*. Prentice Hall. Madrid, 2016
- LOUART, P. (1994) **Gestión de los recursos humanos**. Ed. Gestión 2000, S.A. Barcelona. 262 p.
- NOER, D. (1997) **El cambio en las organizaciones**. Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, México, 262 pp.
- REINARES P, y PONZOA J. (2004), **Marketing Relacional**. Prentice Hall. Madrid
- ROSS, J. (1997) **Capital intelectual: lo que se puede medir se puede gestionar**, Harvard Deusto Business Review, no. 78, mayo/junio.
- VELANDO, M. (1997) **La función de recursos humanos en la empresa**, en: Confederación Provincial de Empresarios de Pontevedra, La Pequeña y Mediana Empresa Promoción y Gestión, Vigo
- ZAYAS, P. (1996) **¿Cómo seleccionar al personal de la empresa?**, Ed. Academia, Ciudad Habana., 202
- CHIAVENATO, I (2011) **Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones**. Ed. Mc Graw Hill, Ciudad de México. 9ª Ed.
- VALERO MATAS, JESÚS A. (2010). **Casos Prácticos de Recursos Humanos y Relaciones Humanas**. Ed. Pirámide, Madrid.

**Para el escenario “Confinamiento” consultar Anexo.**

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- **Exposición:** el profesor desarrollará, mediante clases magistrales y dinámicas los contenidos recogidos en el temario, que podrán haber sido puestas previamente a disposición del alumno en formato electrónico a través de la plataforma virtual o entregadas con posterioridad.
- **Ejercicios y problemas prácticos:** consistirán en la resolución por parte del profesor y de los alumnos, individualmente o de manera colectiva, de problemas u otros ejercicios propios de la disciplina correspondiente y que les permita adquirir las consecuentes competencias.
- **Estudio de casos:** consistirán en el estudio por parte de los alumnos, individualmente o en grupo, de un caso real y concreto relacionado con la disciplina correspondiente, que le será propuesto por el profesor, a través de la entrega en fotocopias o a través de la plataforma virtual de la universidad, de un documento que deberá ser analizado por el alumno. El alumno deberá entregar una memoria y/o hacer una exposición pública con el resultado de su análisis.
- **Estudios dirigidos:** consistirán en la realización por parte del alumno, individualmente o en grupo, de un estudio práctico relacionado con la disciplina correspondiente, bajo la dirección del profesor. De acuerdo con lo que se establezca en la guía docente, podrá ser necesaria la exposición práctica de los trabajos por parte de los alumnos.
- **Tutoría personalizada:** tutoría individual del alumno con el profesor en la que este le oriente en el estudio, le dirija los trabajos que esté realizando y le resuelva las dudas que se le planteen.
- **Estudio del alumno:** trabajo individual del alumno en el que estudie la materia teórica.
- **Actividades de evaluación.**



Para el escenario “Confinamiento” consultar Anexo.

En este caso la evaluación de esta asignatura está compuesta por una serie de actividades de evaluación continua y por un examen final, cuya **superación constituye un requisito indispensable para la superación de la asignatura.**

La evaluación continua se realizará a través de la entrega / presentación resultante de las actividades propuestas (presentación/disertación sobre el estudio de casos: 15%, resolución y entrega de ejercicios o casos prácticos: 10%, realización de trabajos: 15%), que el alumno deberá resolver individualmente y entregar en los plazos preestablecidos al profesor de la asignatura.

ACTIVIDADES EVALUABLES	PROPORCIÓN
Presentación/disertación sobre el estudio de caso	15%
Resolución de ejercicios o casos prácticos	10%
Realización de trabajo documental, plan de marketing	15%
Examen final	60%
TOTAL	100%

El examen final constará de dos partes claramente diferenciadas:

- Parte de Marketing. (5 puntos sobre 10)
- Parte de gestión de personal (5 puntos sobre 10)

El alumno deberá obtener en el examen una puntuación mínima de 5.0 para poder optar a la ponderación de la calificación obtenida en éste, con la del resto de las actividades evaluables y que en su conjunto forman parte del proceso de evaluación de la asignatura.

Criterios de calificación de la evaluación continua

Los criterios para las distintas actividades de la evaluación continua se presentan en la siguiente tabla, donde se resumen los aspectos a valorar y el porcentaje que representa cada uno de los mismos:

COMPONENTES EVALUABLES	PROPORCIÓN
Apariencia (claridad y limpieza) del documento entregado	20%
Orden/lógica de la propuesta de resolución del caso / ejercicio	20%
Planteamiento y desarrollo del caso / ejercicio	30%
Ausencia de errores conceptuales graves	15%
Resultados del caso / ejercicio	15%
TOTAL	100%



Para el apoyo tutorial, el alumno tendrá a su disposición un equipo docente encargado de acompañar al alumno durante toda su andadura en el proceso formativo, prestando una atención personalizada al alumno. Sus funciones están claramente diferenciadas complementándose al mismo tiempo. Las dos personas principales de este acompañamiento tutorial son:

Orientador Académico Personal: encargado de planificar al alumno el estudio de la asignatura en función del tiempo disponible, incluso realiza nuevas planificaciones ajustándose a nuevos periodos marcados por el alumno según sus circunstancias personales y familiares. Otra de sus funciones es la de realizar un seguimiento del estudio del alumno, así como de dar al alumno información de carácter general necesaria en su proceso formativo.

El alumno dispondrá de un horario de tutorías para contactar con estas figuras durante toda su formación académica. La información sobre el horario la encontrará el alumno en la plataforma virtual.

Profesor docente: encargado de resolver todas las dudas específicas de la asignatura y de informar al alumno de todas las pautas que debe seguir para realizar el estudio de la asignatura.

Herramientas para la atención tutorial: Plataforma Blackboard, atención telefónica.

Horario de tutorías del profesor docente de la asignatura:

Consultar horarios de tutoría en la plataforma de estudios virtual.

(contacto e-mail: sergio.nanez@ucavila.es)

Consultar horarios de tutoría en la plataforma de estudios virtual.

(contacto e-mail mpeana.chivite@ucavila.es).

En relación a los **horarios de atención en tutorías** para consultas, aclaración de dudas, revisiones de trabajos y exámenes, etc., el profesor informará en la plataforma Blackboard de las franjas en las que tenga disponibilidad, pudiendo variar de un cuatrimestre a otro y también durante los meses de verano. Todo ello será informado oportunamente y con suficiente antelación a través del Campus Virtual.

7

Prácticas Presenciales

Esta asignatura no requiere de la realización de prácticas en laboratorio, aunque tanto las sesiones de exposición de trabajos como los informes escritos pueden ser considerados como prácticas.

8

Horario de la asignatura y Calendario de temas

Horario de la asignatura:

El alumno deberá consultar los horarios de clases de la asignatura en el apartado correspondiente dentro de la página web de la UCAV: www.ucavila.es. Igualmente, se informará de ellos en la Plataforma Blackboard.

Parte Técnicas de Marketing:

Tema 1: Dirección Comercial y Marketing. (Sesión 1ª). Concepto y herramientas del mk.

Tema 2: El mercado y la demanda. (Sesión 2ª).

Tema 3: El marketing mix. (Sesión 3ª y 4ª).

Parte Gestión de Recursos Humanos:

Tema 1. Las organizaciones y las personas (Sesión 5ª. 2 horas).

Tema 2. La provisión de recursos humanos. (Sesión 6ª. 3 horas)

Tema 3. El Reclutamiento de personal. (Sesión 6ª. 3 horas).

Tema 4. La selección de Personal. (Sesión 6ª. 3 horas).

Tema 5 La evaluación del Desempeño. (Sesión 7ª. 2 horas)

Tema 6. Planes de Prestaciones sociales, Calidad de vida en el trabajo y relaciones sociales . (Sesión 8ª. 2 horas)

Modalidades de Contratación de los RRHH se desarrolla como actividades complementarias.

Nota: El plan de trabajo y las semanas son orientativos, pudiendo variar ligeramente, dependiendo de la evolución del alumno durante las distintas sesiones.

ANEXO

Escenario CONFINAMIENTO

1



Medidas de adaptación de la metodología docente

La metodología docente no sufrirá ningún cambio y se seguirá lo dispuesto en la Guía docente de la asignatura

2



Medidas de adaptación de la EVALUACIÓN

La Evaluación no sufrirá ningún cambio y se seguirá lo dispuesto en la Guía docente de la asignatura