

**Habilidades y Liderazgo Estratégico / Strategic Leadership and Skills
(Modalidad presencial)**

Número total de créditos ECTS		6
Tipología		Obligatoria / Compulsory subject
Organización temporal		Curso 1; Semestre 1
Modalidad		Presencial
Idioma		Castellano e inglés / Spanish and English
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del talento y equipos de alto rendimiento. • Comunicación efectiva con diferentes culturas y audiencias. • Gestión de proyectos y planificación estratégica en marketing y ventas. • Desarrollo de relaciones con stakeholders y networking. • Técnicas de negociación y de gestión de conflictos en entornos internacionales. • Toma de decisiones estratégicas en mercados internacionales. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Talent management and high-performance teams. • Effective communication with different cultures and audiences. • Project management and strategic planning in marketing and sales. • Development of relationships with stakeholders and networking. • Negotiation techniques and conflict management in international environments. • Strategic decision-making in international markets. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC03 Comprender cuáles son las destrezas, valores y actitudes que un ejecutivo de marketing y ventas requiere en un puesto directivo/ Understand the skills, values, and attitudes required by a marketing and sales executive in a managerial position.
	Habilidades y destrezas	HD05 Aplicar las técnicas de negociación en las ventas de manera efectiva, asegurando acuerdos beneficiosos para ambas partes/ Apply negotiation techniques in sales effectively, ensuring mutually beneficial agreements.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad/ Develop ethically correct marketing actions, considering not only business benefits but also the moral perspective, alignment with sustainable development goals, and alignment with the principles and democratic values of international markets to improve competitiveness. CP06 Diseñar planes de marketing integrales que impulsen el posicionamiento y la ventaja competitiva de la empresa/ Design comprehensive marketing plans that drive the company's positioning and competitive advantage.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas / Participatory learning	22
Seminarios / Seminars	2
Clases prácticas / Practical lessons	22
Tutorías / Tutorials	12
Trabajo autónomo / Autonomous work	88
Prueba de evaluación final	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación Final: prueba o examen presencial / Final evaluation test	50	50
Resolución de problemas / Problem resolution	10	30
Estudio de casos / Proyectos / Case studies / projects	10	30
Otras actividades de evaluación continua / Other continuous evaluation activities	0	10
Total	70	120

**Habilidades y Liderazgo Estratégico
(Modalidad virtual)**

Número total de créditos ECTS	6	
Tipología	Obligatoria	
Organización temporal	Curso 1; Semestre 1	
Modalidad	Virtual	
Idioma	Castellano	
Contenidos	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión del talento y equipos de alto rendimiento. • Comunicación efectiva con diferentes culturas y audiencias. • Gestión de proyectos y planificación estratégica en marketing y ventas. • Desarrollo de relaciones con stakeholders y networking. • Técnicas de negociación y de gestión de conflictos en entornos internacionales. • Toma de decisiones estratégicas en mercados internacionales. 	
Resultados de aprendizaje TÍTULO	Conocimientos y contenidos	CC03 Comprender cuáles son las destrezas, valores y actitudes que un ejecutivo de marketing y ventas requiere en un puesto directivo.
	Habilidades y destrezas	HD05 Aplicar las técnicas de negociación en las ventas de manera efectiva, asegurando acuerdos beneficiosos para ambas partes.
	Competencias	CP01 Desarrollar acciones de marketing éticamente correctas, teniendo en cuenta no solo el beneficio empresarial sino la perspectiva moral, la vinculación con los objetivos de desarrollo sostenible y el alineamiento con los principios y valores democráticos de los mercados internacionales para mejorar la competitividad. CP06 Diseñar planes de marketing integrales que impulsen el posicionamiento y la ventaja competitiva de la empresa.

Actividades formativas	Horas totales
Clases Expositivas Síncronas	10
Seminarios Síncronos	2
Clases prácticas Síncronas	10
Actividades Dirigidas Asíncronas	24
Tutorías	12
Trabajo autónomo	88
Prueba de evaluación final virtual	4
Total	150

Sistemas de evaluación	MÍNIMO	MÁXIMO
Evaluación final: prueba o examen virtual	50	50
Resolución problemas	10	30
Estudio casos - Proyectos	10	30
Otras actividades de evaluación continua	0	10
Total	70	120