

Impacto financiero de las decisiones estratégicas

Máster Universitario en: Dirección de Marketing

Materia: Dirección y gestión de la organización

Créditos: 6 ECTS

Programa: Máster en Marketing y Gestión Comercial

Modalidad: Presencial Full-Time / Hybrid-Learning

Cuatrimestre: Primero

Carácter: Obligatorio

Idioma de impartición: Español

Año académico: 2025/2026

Índice

| | |
|---|---|
| 1. Presentación | 3 |
| 2. Resultados de aprendizaje de la titulación | 3 |
| 2.1. Conocimientos | 3 |
| 2.2. Habilidades | 4 |
| 2.3. Competencias | 4 |
| 3. Resultados de aprendizaje de la materia | 5 |
| 4. Contenidos..... | 5 |
| 5. Metodología | 6 |
| 6. Evaluación..... | 7 |
| 7. Bibliografía..... | 9 |

1. Presentación

La asignatura desempeña un papel crucial en la formación integral de profesionales en el ámbito empresarial. Esta disciplina se fundamenta en la premisa de que las decisiones estratégicas adoptadas por las organizaciones tienen repercusiones directas en su salud financiera y, por ende, en su capacidad para alcanzar sus objetivos a largo plazo.

La justificación de esta asignatura radica en la necesidad de proporcionar a los estudiantes una comprensión profunda de cómo las decisiones estratégicas impactan en la estructura financiera de una organización ya que la integración de conocimientos de estrategia empresarial, finanzas y contabilidad. Proporciona a los estudiantes una perspectiva holística que les permite entender cómo estas disciplinas interactúan en el entorno empresarial.

Al comprender el impacto financiero de las decisiones estratégicas, los profesionales pueden tomar decisiones más informadas y alineadas con los objetivos financieros de la organización. Esto impulsa la eficacia en la implementación de estrategias y contribuye a la consecución de metas a largo plazo.

Los líderes empresariales deben ser capaces de evaluar las consecuencias financieras de diversas opciones estratégicas. La asignatura proporciona herramientas analíticas y conceptos que permiten a los estudiantes realizar evaluaciones críticas y tomar decisiones informadas que optimicen los recursos financieros de la organización.

La dinámica cambiante de los mercados y las condiciones económicas exige que las organizaciones sean flexibles y adaptables. Comprender cómo las decisiones estratégicas afectan la posición financiera de la empresa capacita a los profesionales para ajustar estrategias en respuesta a cambios en el entorno empresarial.

Las organizaciones que gestionan eficazmente su impacto financiero pueden mantenerse competitivas en el mercado. Los profesionales formados en esta asignatura serán capaces de contribuir al éxito de sus organizaciones alinear estratégicamente las decisiones con los objetivos financieros.

En resumen, la asignatura proporciona a los estudiantes las herramientas y conocimientos necesarios para comprender, evaluar y tomar decisiones estratégicas que beneficien la salud financiera y la sostenibilidad a largo plazo de las organizaciones en un entorno empresarial dinámico y desafiante.

2. Resultados de aprendizaje de la titulación

Los resultados de aprendizaje de la titulación aplicables a la materia se distribuyen de la siguiente manera:

2.1. Conocimientos

- RAT 2 El titulado/a será capaz de reconocer el modo en que los resultados de la investigación de mercados afectan al diseño, comercialización y comunicación de los productos.
- RAT 3 El titulado/a será capaz de relacionar la complejidad de los fenómenos económicos y sociales típicos de la sociedad del bienestar con la tecnología, la globalización y la sostenibilidad.
- RAT 4 El titulado/a será capaz de defender una investigación de mercados desde una actitud directiva inspirada en el valor del conocimiento del consumidor.
- RAT 5 El titulado/a podrá describir políticas de marketing y ventas como guía de la actividad empresarial teniendo en cuenta la cultura, la política y los objetivos de la empresa.

2.2. Habilidades

- RAT 6 El titulado/a podrá explicar cualquier conocimiento/información de forma clara y precisa, oralmente y por escrito, en catalán, castellano y en una tercera lengua, especialmente el inglés.
- RAT 7 El titulado/a podrá aplicar las tecnologías digitales (en los momentos necesarios) en su ámbito de conocimiento.
- RAT 10 El titulado/a será capaz de analizar las cuentas de explotación de las distintas unidades estratégicas de negocio de una empresa como base para el diagnóstico objetivo en la toma de decisiones comerciales y de marketing.
- RAT 11 El titulado/a será capaz de desarrollar la estrategia de imagen, identidad y cultura de la empresa, de acuerdo con los objetivos corporativos y de marketing, en los canales de venta tradicionales y online.
- RAT 12 El titulado/a será capaz de interpretar el análisis de datos e información, con visión crítica hacia los resultados.

2.3. Competencias

- RAT 17 El titulado/a podrá proponer soluciones innovadoras, creativas y emprendedoras en situaciones propias del ámbito profesional.
- RAT 18 El titulado/a será capaz de evaluar la sostenibilidad y el impacto social de las propuestas planteadas con responsabilidad ética, medioambiental y profesional.
- RAT 19 El titulado/a será capaz de aplicar la perspectiva de género en las tareas propias del ámbito profesional.

- RAT 20 El titulado/a sabrá diseñar estrategias comerciales y de marketing tradicional y online consistentes en el análisis pormenorizado de los elementos del macro y microentorno.
- RAT 21 El titulado/a será capaz de diseñar la estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas ateniéndose a criterios de rentabilidad, eficiencia, estímulo del compromiso y mejora continua.
- RAT 23 El titulado/a sabrá crear las estrategias sobre el mix de marketing, en coherencia con la política y los objetivos de la empresa y teniendo en cuenta las estrategias de los competidores.

3. Resultados de aprendizaje de la materia

Los resultados de aprendizaje de la materia para esta asignatura son los siguientes:

- RAM 3 El titulado/a será capaz de reconocer de forma solvente modelos, técnicas, métodos y herramientas de análisis financiero y coste-beneficio en la gestión comercial, el marketing y la comunicación mediante el estudio teórico previo.
- RAM 7 El titulado/a será capaz de describir correctamente los indicadores claves de gestión comercial para el cumplimiento de la planificación financiera del departamento de marketing de la organización elaborando un informe sobre un caso real de una empresa.
- RAM 8 El titulado/a podrá proponer de forma solvente decisiones comerciales a partir de la información validada por la organización mediante el estudio de herramientas de medida estadística y de recogida de datos.

4. Contenidos

- **Tema 1:** Análisis y diagnóstico económico-financiero. Impacto financiero de las decisiones estratégicas
 - Rentabilidad
 - Solvencia y liquidez
 - Estructura patrimonial
- **Tema 2:** Planificación económico-financiera y gestión presupuestaria
 - Gestión presupuestaria
 - Cuentas de resultados previsionales
 - Balances previsionales
 - Los flujos libres de caja
- **Tema 3:** Análisis y valoración de proyectos de inversión

- Métodos estáticos de la evaluación de inversiones
- Métodos dinámicos de la evaluación de inversiones
- Criterios de elegibilidad de los proyectos de inversión
- Financiación de los proyectos de inversión, incluida la financiación alternativa

5. Metodología

La metodología aplicada a esta asignatura, enmarcada dentro del modelo educativo de EAE Business School, LifEd, se detalla en el siguiente cuadro:

| MODALIDAD PRESENCIAL | | |
|---------------------------|-------------------------------------|--|
| Resultados de aprendizaje | Metodología docente | Actividades formativas |
| Conocimiento | Clase magistral | Conferencias |
| | Sesiones expositivas | Exposiciones de los estudiantes |
| | Aprendizaje basado en audiovisuales | Análisis de audiovisuales |
| | Tutorías | Reuniones para la resolución de dudas Reuniones de seguimiento |
| Habilidades | Trabajo por proyectos | Resolución de problemas Búsqueda y tratamiento de la información Presentación de informes y/o trabajos |
| | Aprendizaje basado en casos | Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas |
| Competencias | Aprendizaje basado en juegos | Retos |
| | Aprendizaje basado en la indagación | Tareas de investigación |
| | Trabajo por proyectos | Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos |

MODALIDAD HÍBRIDA

| Resultados de aprendizaje | Metodología docente | Actividades formativas |
|---------------------------|-------------------------------------|--|
| Conocimiento | Sesiones expositivas | Exposiciones de los estudiantes |
| | Tutorías | Reuniones para la resolución de dudas Reuniones de seguimiento |
| | Aprendizaje basado en audiovisuales | Análisis de audiovisuales |
| | Aprendizaje basado en lecturas | Rescensiones / Análisis crítico |
| Habilidades | Trabajo por proyectos | Resolución de problemas Búsqueda y tratamiento de la información Presentación de informes y/o trabajos |
| | Trabajo colaborativo | Debates en línea Discusiones de casos prácticos Análisis colectivo |
| | Aprendizaje basado en casos | Búsqueda y tratamiento de la información Resolución de problemas |
| Competencias | Aprendizaje basado en juegos | Retos |
| | Aprendizaje basado en la indagación | Tareas de investigación |
| | Trabajo por proyectos | Elaboración de informes Presentaciones de informes o trabajos |

6. Evaluación

Evaluación continua

| Sistema de evaluación | Peso |
|--|------|
| Bloque 1. Ejercicios, problemas, elaboración de informes, trabajos, presentaciones | 40 % |
| Bloque 2. Participación y exposiciones orales | 20 % |
| Bloque 3. Prueba de evaluación final | 40 % |

El bloque 1 consistirá en:

- Dos actividades individuales evaluables. 10% cada una.
- Dos trabajos o informes grupales. 10% cada uno.

El bloque 2 consistirá en:

- Participación y exposiciones orales – 20%

El bloque 3 consistirá en:

- Un examen - 40%

La nota final de la asignatura se obtendrá con la ponderación de los 3 bloques. La nota mínima ponderada requerida para aprobar es de 5.0.

En el caso de tener el bloque 1 o el bloque 3 suspendidos (o ambos) con nota inferior a 5.0 el/la estudiante podrá presentarse a recuperación de dicho bloque o bloques. Dicha nota promediará con el resto de bloques y como nota máxima el/la estudiante obtendrá 5.0 de nota final de asignatura.

En el caso de que el estudiante no haya podido presentarse a dicha prueba de evaluación en primera instancia, y si acredita causa justificada (ver normativa de Universitat de Lleida), podrá realizarla en la fecha establecida para la recuperación.

Los estudiantes que no se presenten a actividades evaluativas con un peso superior al 50% recibirán una calificación general del curso de "No presentado".

Evaluación alternativa

La evaluación única consta de un único examen que equivale al 100% de la asignatura. El examen, y por tanto la asignatura, se aprueba con una nota de 5 sobre 10 en esta prueba final. En caso de obtener una calificación inferior a 5.0 el estudiante tiene derecho a un examen de recuperación.

Para acogerse a la evaluación única es necesario enviar a coordinación una solicitud por escrito durante los primeros 15 días hábiles del curso. El procedimiento a seguir para acogerse a esta evaluación única queda establecido en las normas propias de EAE.

El plagio es una actividad fraudulenta cuya comisión puede conllevar graves sanciones, tanto académicas como legales. La honestidad académica es uno de los pilares en los que se sustenta el compromiso educativo de la Escuela, y los miembros de su comunidad docente están especialmente sensibilizados y preparados para detectar este tipo de acciones. Habida cuenta de la dificultad que a menudo entraña la conceptualización del plagio, se ha creído conveniente delimitar claramente su contenido y alcance en las presentes regulaciones y políticas.

Se entiende como plagio la apropiación de trabajos u obras ajenas haciéndolos pasar como propios; esto es, sin acreditar su procedencia de manera explícita. El plagio puede consistir en la copia total o parcial no autorizada de una obra ajena, o en la presentación de la copia como obra original propia, suplantando al autor verdadero. Algunos ejemplos de plagio son:

- Entregar un trabajo ajeno como si fuera propio, independientemente de que la copia sea total o parcial.
- Parafrasear un texto plasmándolo con otras palabras, pero haciendo pequeños cambios en el lenguaje para disimular y sin citar fuentes.
- Comprar o conseguir un trabajo y presentarlo como propio.

- Basarse en una idea o frase de otro u otra para escribir un trabajo nuevo sin citar al autor o a la autora de la obra.

Tal y como establece el art. 10 del Código de conducta académica del estudiantado de EAE Barcelona, sin perjuicio de las sanciones de carácter académico resultantes de su aplicación, la Comisión Académica promoverá las acciones legales que correspondieran en el caso de que el plagio pudiera contravenir la normativa aplicable en materia de propiedad intelectual.

7. Bibliografía

- Amat, O. Contabilidad y finanzas para no financieros. Ediciones Deusto, 1990
- Amat, J.; Soldevila, P. Control presupuestario. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 2001
- Amat, O.; Soldevila, P. Contabilidad de costes y de gestión. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, 2002