

**MEMORIA DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN
ECONOMÍA Y EMPRESA (BUSINESS ECONOMICS)**

Universidad solicitante: Universidad de Girona

Centro responsable: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Denominación del título:

Máster universitario en Economía y Empresa (Business Economics) por la Universidad de Girona

Rama de conocimiento:

Ciencias Sociales y Jurídicas

**Habilita para el ejercicio de profesiones reguladas según normas de
habilitación:** NO

Índice:

1. Descripción del título.....	3
2. Justificación	5
3. Objetivos.....	9
4. Acceso y admisión de los estudiantes.....	11
5. Planificación de las enseñanzas	19
6. Personal académico	33
7. Recursos materiales y servicios	44
8. Resultados previstos	48
9. Sistema de garantía de calidad.....	51
10. Calendario de implantación	52

- ANEXO I

1. Descripción del título

1.1. Denominación: Máster universitario en Economía y Empresa (Business Economics) por la Universidad de Girona.

Listado de especialidades:

Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

ISCED 1: Economía

ISCED 2: Empresa

Profesión regulada para la que capacita el título: NO

Profesión regulada según resolución: NO

1.2. Distribución de créditos en el título:

Créditos ECTS totales: 60 ECTS

Créditos de formación obligatoria: 30 ECTS

Créditos de formación optativa: 18 ECTS

Créditos de prácticas externas: 9 ECTS (Créditos optativos)

Créditos de trabajo de fin de máster: 12 ECTS

1.3. Modalidad de enseñanza: Semipresencial

Centro de impartición: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Períodos de docencia: Anual

Lenguas utilizadas durante la formación: Catalán, español e inglés

1.4. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas:

Primer año: 25

Segundo año: 25

1.5. Criterios y requisitos de matriculación:

La normativa de la Universidad de Girona relativa a la matrícula en los diferentes estudios que imparte, incluidos los de máster, puede consultarse a través de su página web:

<http://www.udg.edu/estudia/Matricula/Matricula2011/Normesdematricula1112/tabid/17705/language/ca-ES/Default.aspx>.

Véase, asimismo, el capítulo 4 de esta memoria, en el que se refleja los procesos de preinscripción y matriculación en el máster.

Número mínimo de créditos de matrícula por estudiante y período lectivo:

De acuerdo con la normativa de matrícula vigente (aprobada en el Consejo de Gobierno núm. 5/2015, de 25 de junio de 2015), los estudiantes que se matriculen por primera vez, lo harán de un mínimo de 30 créditos. Para el resto de estudiantes, el mínimo de créditos matriculados debe ser 24, a menos que el número de créditos pendientes para finalizar los estudios sea inferior o los requerimientos de matrícula en el estudio lo impidan.

Normativa de matrícula Universidad de Girona: <http://www.udg.edu/tabid/23471>

Normas de permanencia:

<http://www.udg.edu/tabid/13309/Default.aspx>

1.6. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo del título:

En los apartados anteriores ya se ha aportado toda la información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo del título.

2. Justificación

2.1. Justificación del título: interés académico, científico y /o profesional:

2.1.1. Introducción

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales imparte los Grados en Economía, Administración y Dirección de Empresas y Contabilidad y Finanzas. Y la mayor parte de la docencia se imparte desde los dos departamentos con sede en nuestro centro, el Departamento de Economía y el Departamento de Empresa.

Actualmente, en la Facultad tenemos matriculados alrededor de 1.200 estudiantes en los tres grados. Y ni desde la Facultad ni desde el Departamento de Economía ni el Departamento de Empresa se les ofrece ningún Máster. Además, tampoco contamos con ningún Máster de investigación en el ámbito de la economía o la empresa, por lo que se hace muy difícil tener doctorandos en nuestras líneas de investigación que son muy competitivas. En este sentido es fundamental poder ofrecer un Máster con un perfil mixto, profesional y de investigación. Por estos motivos, el Equipo de Rectorado realizó una acción institucional, encargando a dos Catedráticos de la Facultad un estudio de prospección y diseño del Máster.

En los siguientes apartados se expone el interés profesional y académico de este máster, los principales referentes externos considerados y el detalle de los procedimientos internos y externos.

2.1.2. Interés profesional:

Este Máster en Economía y Empresa (Business Economics) viene a cubrir una necesidad de formación que nos manifiesta el entorno empresarial de Girona, que siempre ha apostado por la internacionalización de su actividad y una mayor presencia en los mercados globales. Los datos económicos corroboran la gran capacidad exportadora del sector empresarial de Girona y aún con mayor intensidad en el contexto económico actual.

2.1.3. Interés académico:

Desde el punto de vista académico están bien consolidados en muchas universidades nacionales e internacionales los programas en Business Economics. Por este motivo, éste

Máster viene a cubrir una necesidad local aunque con capacidad para poder atraer a estudiantes de otras regiones y países dado el dinamismo empresarial local.

Además el itinerario de investigación pretende cubrir el actual vacío en la Universidad de Girona en la formación de investigadores en los ámbitos de economía y empresa.

Actualmente, la Universidad de Girona no ofrece ningún máster oficial de estas características y la demanda justifica la necesidad de ofrecer la formación.

Este Máster se programará en la modalidad de “semipresencial” por dos motivos fundamentales. Uno, porque es una modalidad que ya se programa en muchos másteres de nuestro ámbito de conocimiento y, por tanto, ya hay tradición y experiencia. Y, dos, porque la semipresencialidad va a incentivar la matriculación a este máster por parte de estudiantes que ya trabajan (en nuestro ámbito y entorno económico la tasa de ocupación de los graduados afines es muy elevada) pero que quieren continuar sus estudios universitarios.

2.2. Referentes externos a la Universidad proponente que avalen la adecuación de la propuesta a criterios nacionales e internacionales para títulos de similares características académicas.

El Máster en Economía y Empresa (Business Economics) es un estudio consolidado que se ofrece desde hace muchos años tanto en Cataluña como en España y Europa. En el contexto catalán, se puede indicar el Master in Economics and Business Administration ofrecido por la UAB, el Máster en Dirección de Empresas de la URV y el Máster en Gestión Empresarial de la UdV entre otros. En España podemos indicar estudios como el Máster en Economía y Organización de Empresas de la Universidad de Granada o el Máster Universitario en Gestión, Organización y Economía de la Empresa de la Universidad Pública de Navarra. A nivel europeo hay muchos ejemplos entre los cuales están el Master of Business Economics de la Universidad Católica de Lovaina y el Master in Applied Economic Sciences: Business Economics de la Universidad de Antwerp. Todos estos estudios consolidados tienen una extensión y contenidos parecidos al nuestro lo cual avala la viabilidad del estudio propuesto.

2.3. Descripción de los procedimientos de consulta internos y externos utilizados para la elaboración del plan de estudios.

2.3.1. Procedimientos internos:

Se realizó un estudio de prospección y diseño de un Máster en el ámbito de la economía y la empresa. Los responsables se reunieron con el decanato, los directores de los departamentos, representantes de todas las áreas de conocimiento y profesores interesados, a fin de hacer la máxima difusión, abrir el diálogo y pedir colaboración.

Paralelamente, se recopiló información de la oferta existente, vía webs de los principales centros universitarios tanto nacionales como internacionales. Y, también, se recopiló información de la demanda, mediante una encuesta a los graduados de la facultad.

A partir de aquí y del Focus Group realizado con empresarios, los responsables hicieron una primera propuesta presentada y discutida con el decanato, directores de departamentos y profesores interesados.

La concreción del plan de estudios y la formación definida en esta memoria ha sido el resultado del trabajo realizado en una Comisión creada explícitamente para completar la programación del Máster tal y como aquí se presenta. Esta Comisión fue creada por acuerdo tomado en Comisión de Gobierno de la Facultad por unanimidad y, finalmente, esta memoria ha sido aprobada en Junta de Facultad.

2.3.2. Procedimientos externos:

Las empresas que forman parte del Programa de Prácticas en Empresas de la Facultad transmiten continuamente la necesidad de ofrecer en Girona este perfil de formación.

Además se realizó un Focus Group organizado por el decanato, con la asistencia de ocho empresarios que reforzó la conveniencia de este perfil. De aquí se dedujo la necesidad de ofrecer una formación específica para personas que ya están trabajando, la importancia de habilidades y competencias como skills de comunicación oral y escrita, trabajo en equipo, proactividad, open-minded, etc. También se recogió la conveniencia de trabajar valores y principios como la ética en el trabajo, el compromiso, etc. En general, se acordó ofrecerc una formación para saber aplicar los conocimientos teóricos en el entorno de una empresa, donde el nivel de idiomas extranjeros es una variable relevante. Nuestro entender, la propuesta que se despliega en los siguientes apartados ofrece este conjunto de requisitos.

3. Objetivos

3.1. Objetivos y competencias generales de la titulación:

3.1.1. Objetivos:

Este máster proporciona la formación en instrumentos y técnicas necesarias para tomar decisiones empresariales en un entorno económico global y dinámico.

Se ofrecen dos itinerarios a través de la optatividad, un itinerario profesional y otro de investigación. La orientación profesional permite ejercer las funciones de alta dirección de empresas en sus distintos ámbitos de funcionamiento. Y, respecto al itinerario de investigación, los conocimientos adquiridos permitirán desarrollar un proyecto de investigación en el ámbito de la economía y la empresa.

3.1.2. Competencias generales y específicas:

En los siguientes apartados se relacionan las cinco competencias generales y nueve competencias específicas que se han definido para este Máster.

3.1.2.1. Competencias básicas o generales:

CG.1.	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
CG.2.	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
CG.3.	Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
CG.4.	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
CG.5.	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

3.1.2.2. Competencias específicas:

CE.1.	Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
CE.2.	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.
CE.3.	Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
CE.4.	Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa
CE.5.	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.
CE.6.	Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.
CE.7.	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.

CE.8.	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.
CE.9.	Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.



4. Acceso y admisión de los estudiantes

4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos de acogida y orientación a los estudiantes de nuevo ingreso.

La difusión de este máster es responsabilidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, centro al que estará adscrito el máster.

Es el centro el que tiene como responsabilidades importantes el hecho de garantizar que la oferta de Másteres se lleve a cabo según los criterios de calidad y que el contexto en el que se desarrollen sea el correcto.

El centro se encarga de la difusión de los trípticos anunciando los programas de Másteres, y los servicios centrales de la universidad se encargan de la publicación de anuncios en la prensa cercana y de la elaboración de información para la página web, en la que se informa de los diferentes Másteres y de las principales normas de acceso a los mismos.

La dirección del Máster se encargará de elaborar el material publicitario, atender las demandas de los alumnos, realizar el trabajo de orientación y autorización previo a la matriculación.

Por otra parte el Área de Comunicación de la UdG llevará a cabo acciones específicas orientadas a la explicación de las características de personalidad más adecuadas para acceder a estos estudios.

La Universidad organiza jornadas de puertas abiertas generales y de centro. También se estimulará la participación en salones de educación y oferta universitaria.

4.1.2. Acciones de información y orientación propias de la UdG:

Paralelamente al sistema habitual de información de la Oficina de Orientación para el Acceso a la Universidad, la Universidad de Girona llevará a cabo las siguientes acciones concretas para dar a conocer los estudios que imparte y, en el caso particular, del Máster en Economía y Empresa (Business Economics):

- o Actuaciones de promoción y orientación específicas que llevará a cabo el Área de

Comunicación de la UdG (<http://www.udg.edu/Serveisgenerals/ComunicacioiRI/tabid/5201/language/es-ES/Default.aspx>).

- o Realización de jornadas de puertas abiertas generales de universidad y de centro.
- o Participación en salones de educación y de oferta universitaria.
- o Sistemas de orientación específica: orientación a la preinscripción universitaria mediante la Sección de Atención al Estudiante y de Acceso del Servicio de Gestión Académica y Estudiantes y el CIAE (Centro de Información y Asesoramiento del Estudiante); información no presencial a través de la red (<http://www.udg.edu/tabid/17233/language/ca-ES/Default.aspx>).

Sesión informativa previa o coincidente con el primer día de matrícula (meses de junio, finales del mes de septiembre y principios de octubre), en la que se asesora al estudiante sobre cuestiones tales como: módulos en los que puede/debe matricularse, horarios (Responsable: Director del Máster); proceso de matrícula (Responsable: personal de administración y servicios).

4.1.3. Acciones de información y orientación por parte de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales:

La facultad realiza a lo largo del curso distintas sesiones informativas acerca de sus estudios, tanto en la facultad como en otros centros de interés y también se incide en los medios de comunicación, prensa y radio, mediante la participación de profesores vinculados al máster. Si bien, la acción más directa es la constante orientación personalizada del Coordinador del Máster a todos y cada uno de los interesados y estudiantes.

El hecho de que la facultad tenga tantos convenios de movilidad de estudiantes con otras universidades españolas, europeas y del resto del mundo ara más fácil la captación de estudiantes fuera de nuestro entorno más inmediato. Se informará a todos los coordinadores *partners* de movilidad para que conozcan este nuevo estudio de máster.

4.2. Vías y requisitos de acceso al máster y posibles complementos de formación

Más allá de los requisitos legales previstos, este máster se ofrece preferentemente a graduados en Economía, Administración y Dirección de Empresas, Contabilidad y Finanzas y otras titulaciones similares dentro de nuestro ámbito de conocimiento. Será la Comisión de Admisión del Máster quién estudiará la admisión al Máster de estudiantes con otros grados

nacionales o internacionales. También deberá asegurar que todos los estudiantes de nuevo acceso cumplen con los requisitos formativos previos necesarios para cursar el máster. No se establecen complementos de formación. A continuación, se detallan más dichos requisitos.

4.2.1. Requisitos de acceso al máster:

La Comisión de Admisión del Máster, constituida a propuesta de la dirección del máster y aprobada por el Consejo de Estudio de Máster, tendrá como competencia establecer el número máximo de plazas que se ofertan, así como los criterios de admisión, el perfil de ingreso y el proceso de selección del alumnado.

A todos los efectos, la Comisión de Admisión del Máster estará constituida por la dirección del máster y el profesor/a responsable de cada uno de los módulos.

En lo referente al proceso de selección en caso de haber más solicitudes que plazas ofertadas se tendrá en cuenta el expediente académico y profesional de los estudiantes. Se prevé también, realizar una entrevista personal con los candidatos para valorar otros aspectos como son la predisposición para el aprendizaje basado en el razonamiento y los procesos de abstracción; la capacidad de trabajo y razonamiento individual, la suficiencia para la interpretación de resultados a un nivel avanzado, la dotación de competencias profesionales o aptitudes para alcanzarlas, la capacidad de trabajo en grupos heterogéneos o la capacidad de generar conocimientos o aportar en la solución de problemas relacionados con su disciplina.

Por ello los criterios de selección quedaran fijados con la siguiente estructura:

- 1.- Expediente académico de la formación oficial acreditada, ponderado según la nota media de la universidad de origen (60%)
- 2.- Formación académica o profesional complementaria. Certificaciones o títulos de otra formación complementaria en campos afines a los contenidos del Máster (20%)
- 3.- Experiencia laboral en los ámbitos temáticos del Máster con certificación de la empresa donde consten el tiempo y las tareas desarrolladas. Experiencia en el terreno de la investigación concretada en estancias en centros de investigación reconocidos y en publicaciones relacionadas con las materias del Máster (10%)
- 4.- Solicitud motivada con cartas de recomendación, si procede (5%)
- 5.- Entrevista con el director del Máster (5%)

A este máster tendrán acceso preferente los candidatos que dispongan de formación universitaria en Economía, Administración y Dirección de Empresas, Contabilidad y Finanzas y otros grados similares de nuestro ámbito de conocimiento para los que se reservará un mínimo del 50% de las plazas. Para estudiantes extranjeros (del EEES con título de grado o titulados de sistemas educativos extranjeros fuera del EEES, sin necesidad de homologación, previa comprobación que acrediten un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos españoles de Grado y que faculden en el país expendedor para el acceso a estudios de Postgrado) se reservaran un 20% de las plazas y el resto de plazas estarán reservadas, en primera instancia para otros ámbitos del conocimiento afines en ciencias humanas, económicas, jurídicas y sociales o humanísticas.

Requisitos de acceso:

No se plantean requisitos específicos de admisión a cumplir por parte de los estudiantes. Para acceder a este Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del EEES que faculden en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de máster tal y como establece el artículo 16 en el real Decreto 1393/2007.

Requisitos de admisión:

Titulaciones que procedan de su ámbito, y otras del ámbito de las ciencias sociales y humanidades, según su expediente académico y currículum, en caso de que la demanda de plazas exceda la oferta fijada (25 alumnos). En el caso de los Graduados y Licenciados procedentes de titulaciones de otros ámbitos, se tendrán en cuenta los complementos de formación adquiridos previamente en otros cursos.

Con carácter excepcional, y siempre que la oferta de plazas sea superior a la demanda, el Consejo de Máster podrá considerar la admisión, de forma condicionada, de aquellos estudiantes que no cumplan los requisitos de acceso pero que se prevea que en el momento de iniciarse las actividades puedan cumplirlos.

4.2.2. Procesos de preinscripción y matriculación:

La Universidad de Girona pone a disposición de sus futuros estudiantes una amplia

información sobre los requisitos y procesos de preinscripción y matriculación (online) para todos los estudios que en ella se imparten, entre ellos los estudios de máster, a través de su página web oficial: <http://www.udg.edu/tabid/17105/Default.aspx>

La preinscripción y matriculación se realiza en línea (<http://aserv.udg.edu/preinscripciones/wizard.aspx>) y tiene lugar, para cada curso académico, durante los plazos que se describen a continuación:

A) Preinscripción y adjudicación de plazas: la preinscripción y adjudicación de plazas tiene lugar durante los plazos indicados en el calendario académico y administrativo oficial, que se aprueba para cada curso por el Consejo de Gobierno de la UdG. El calendario académico y administrativo vigente para cada curso se puede consultar a través de la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

A título de ejemplo, para el curso actual, existen dos períodos de preinscripción en los másteres. El primero tiene lugar durante los meses de febrero a junio; el segundo período de preinscripción sólo se inicia si aún existieran plazas vacantes y se desarrolla durante los meses de julio y septiembre de cada curso académico. La preinscripción se realiza a través de la página web de la UdG: <http://aserv.udg.edu/preinscripciones/wizard.aspx>

En lo que se refiere a la adjudicación de plazas para el curso vigente, tiene lugar, para las preinscripciones realizadas durante el primer período, durante la segunda quincena de junio, y para las preinscripciones realizadas en el segundo período, a mediados de septiembre.

B) Matrícula: los plazos de matrícula también se fijan, para cada curso, en el calendario académico y administrativo oficial aprobado por el Consejo de Gobierno de la UdG.

- A modo de ejemplo, para el curso actual los períodos de matrícula son los siguientes: existen también dos períodos de matriculación, en función del momento en que haya tenido lugar la preinscripción en el máster. El primer período de matriculación se desarrolla durante la segunda quincena del mes de julio, mientras que el segundo período tiene lugar desde finales de septiembre hasta principios de octubre. Si existieran plazas vacantes tras ambos períodos de matriculación, aún es posible matricularse por libre hasta 15 días después del inicio de las actividades académicas.

- Vías de matrícula: la matriculación tiene lugar a través de la página web de la UdG ("automatrícula"): <http://www.udg.edu/tabid/2609/Default.aspx/Matricula2011/Automatricula/tabid/17706/language/es-ES/Default.aspx>

Aunque la matrícula tiene lugar en línea, la primera vez que un estudiante se matricula de un estudio, dicha matrícula se realiza presencialmente en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, concretamente, en las Aulas de Informática, con la ayuda del personal de administración y servicios de la facultad. Siempre existe la posibilidad de que los estudiantes realicen una tutoría con los profesores responsables del estudio o con personal de administración y servicios de la universidad, que les ayude o guíe en el proceso de matrícula.

La Universidad de Girona, además, pone a disposición de sus estudiantes guías de matriculación para cada estudio, que se pueden descargar desde su página web (<http://www.udg.edu/estudia/Matricula/Matricula2011/Guiesdematricula/tabid/17667/language/ca-ES/Default.aspx>).

4.3. Sistemas de apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados:

Procedimientos de acogida, orientación y apoyo a los estudiantes:

El objetivo de los procedimientos de acogida es facilitar la incorporación de los nuevos estudiantes a la universidad en general y a la titulación en particular. Los procedimientos de acogida para estudiantes de nuevo acceso de la UdG podrían ser los siguientes:

Bienvenida y sesión informativa:

Los responsables de la sesión de bienvenida de los nuevos estudiantes serán el director del Máster y el coordinador de estudios. El contenido de esta sesión incluirá explicaciones sobre:

- Ubicación física de los estudios dentro de la Universidad (aulas, laboratorios, etc.).
- Objetivos formativos de la titulación. Motivación para cursar los estudios de Máster.
- Estructuración de los estudios.
- Servicios de la universidad: biblioteca, sala de ordenadores, correo electrónico, Internet, intranet y toda la red informática a disposición de los estudiantes para que la utilicen con finalidad exclusivamente académica.
- Presentación con más detalle de lo que el estudiante puede encontrar en la intranet docente de la UdG «La meva UdG».
- Seguridad de las personas y respeto por el medio ambiente. Actuación frente emergencias.

Dossier informativo para los estudiantes de nuevo acceso:

En la sesión de bienvenida, se entregará un dossier informativo que contendrá:

- Información general del centro (responsables y direcciones de secretaría académica de la Facultad, coordinación de estudios, sección informática, conserjería, biblioteca, delegación de estudiantes, servicio de fotocopias, Servicio de Lenguas Modernas, planos, etc.).
- Información sobre el sistema de gobierno de la Universitat de Girona (organigrama universitario, comisiones con representación de los estudiantes en la universidad y en el centro, etc.).
- Información académica (plan de estudios, calendario académico, estructura y horarios de las unidades de aprendizaje por objetivos, fechas y metodología de las evaluaciones, etc.).

4.4. Transferencia y reconocimiento de créditos: sistema propuesto por la Universidad:

Sistema previsto para la transferencia y el reconocimiento de créditos:

De acuerdo con lo que establecen los artículos 6 y 13 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, se procederá a la transferencia de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales universitarias cursados previamente siempre que no hayan conducido a la obtención de un título oficial y al reconocimiento de los obtenidos en materias de formación básica de la misma rama de conocimiento, atendiendo, sin embargo, a lo que pueda establecer el Gobierno sobre condiciones de los planes de estudios que conduzcan a títulos que habiliten para el ejercicio de actividades profesionales y a las necesidades formativas de los estudiantes.

También podrán ser objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales que acrediten la consecución de competencias y conocimientos asociados a materias del plan de estudios, con la condición de que los reconocimientos solo pueden aplicarse a las asignaturas o módulos definidos en el plan de estudios, y no a partes de estos.

En todos los casos de reconocimiento de créditos procedentes de enseñanzas universitarias

oficiales habrá que trasladar la calificación que corresponda, ponderándola si hace falta. El procedimiento para el reconocimiento de créditos se iniciará de oficio teniendo en cuenta los expedientes académicos previos de los estudiantes que acceden a la titulación. La identificación de la existencia de expedientes académicos previos la garantiza el sistema de preinscripción y asignación de plazas establecidas para las universidades públicas en Cataluña.

En virtud de lo que establece el artículo 12.9 del Real decreto 1393/2007, los estudiantes podrán obtener hasta seis créditos de reconocimiento académico por la participación en actividades culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación que la Universitat de Girona identificará para cada curso académico.

Los estudiantes que no lleven a cabo actividades que les permitan el reconocimiento académico mencionado podrán obtener los créditos requeridos para la finalización de los estudios cursando más créditos optativos.

A los estudiantes también se les podrán reconocer créditos correspondientes a asignaturas cursadas en programas de movilidad. Será posible el reconocimiento de asignaturas con competencias no coincidentes con las asignaturas optativas previstas siempre que el convenio que regule la actuación así lo explice.

4.5. Condiciones y pruebas de acceso especiales:

No se contempla la necesidad de realizar pruebas de acceso específicas para poder cursar este máster.

4.6. Complementos formativos necesarios para la admisión al Máster:

No se considera necesario incluir complementos de formación.

5. Planificación de las enseñanzas

5.1. Estructura de las enseñanzas

La enseñanza se estructura en asignaturas dentro de sus correspondientes módulos. Y se han definido las competencias así como los resultados de aprendizaje vinculados a cada competencia. En el siguiente cuadro se relacionan:

	Competencias generales
CG.1.	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
RA.CG.1.1	Conocer los paradigmas esenciales y las tendencias actuales sobre la empresa.
RA.CG.1.2	Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.
CG.2.	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
RA.CG.2.1	Capacidad para encontrar datos o generarlos, comprendiendo las limitaciones tanto de la falta de información como de los datos masivos (Big Data)
RA.CG.2.2	Capacidad para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
CG.3.	Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
RA.CG.3.1	Dominar las técnicas de comunicación oral para expresar en público informes, ideas, conceptos y opiniones propias.
RA.CG.3.2	Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.
CG.4.	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
RA.CG.4.1	Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
RA.CG.4.2	Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
CG.5.	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.
RA.CG.5.1	Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.
RA.CG.5.2	Adquirir la habilidad de formularse preguntas, identificar un marco de análisis y buscar respuestas en expertos y, sobre todo, de manera autónoma.
	Competencias específicas
CE.1.	Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
RA.CE.1.1	Capacidad de analizar la evolución macroeconómica.
RA.CE.1.2	Capacidad de analizar la evolución de un entorno empresarial para tomar decisiones fundamentadas.

RA.CE.1.3 .	Capacidad de incorporar la perspectiva histórica y social en el análisis.
CE.2.	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.
RA.CE.2.1 .	Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.
RA.CE.2.2 .	Capacidad de evaluar las consecuencias de las acciones públicas y los movimientos sociales.
CE.3.	Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
RA.CE.3.1 .	Valorar de manera rigurosa y crítica los estudios aplicados.
RA.CE.3.2 .	Capacidad de diseñar un proyecto de investigación.
CE.4.	Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa
RA.CE.4.1 .	Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.
RA.CE.4.2 .	Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.
CE.5.	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.
RA.CE.5.1 .	Adquirir prácticas de uso y construcción de sistemas de inteligencia de negocio.
RA.CE.5.2 .	Capacidad de aplicar sistemas a nuevos negocios y en entornos inciertos y multiculturales.
CE.6.	Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.
RA.CE.6.1 .	Capacidad para seleccionar los indicadores económicos, contables, financieros y de gestión adecuados para el estudio de problemas empresariales.
RA.CE.6.2 .	Habilidad para interpretar los indicadores.
RA.CE.6.3 .	Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.
CE.7.	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
RA.CE.7.1 .	Habilidad para interpretar las normas económicas y jurídicas relevantes para la contratación internacional.
RA.CE.7.2 .	Capacidad para identificar y valorar los recursos y capacidades organizativas de la empresa.
RA.CE.7.3 .	Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.
CE.8.	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.
RA.CE.8.1 .	Capacidad para identificar mercados: segmentación, internacionalización y nivel de competencia.
RA.CE.8.2 .	Identificar las características competitivas del entorno.
RA.CE.8.3 .	Habilidad para definir estrategias empresariales en distintos tipos de mercados.

CE.9.	Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.
RA.CE.9.1 .	Capacidad de liderar equipos de trabajo en entornos organizativos.
RA.CE.9.2 .	Identificar y analizar los factores relevantes para la fijación de las estrategias necesarias para la dirección.
RA.CE.9.3 .	Capacidad para aplicar las habilidades directivas necesarias en los distintos ámbitos de la empresa.

En el apartado 5.3 se describen con detalle las asignaturas y módulos que estructuran el plan de estudios. Y en el Anexo se detalla el plan de estudios en su contenido más concreto, el desarrollo de las competencias y resultados de aprendizaje, así como las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación vinculados a cada asignatura y módulo.

Es en el Anexo donde en las horas asignadas a cada actividad formativa se detalla cuál es el grado de semipresencialidad en cada asignatura. Hay alguna asignatura, donde el porcentaje de presencialidad es bastante alto porque se introducen prácticas en las aulas informáticas, por ejemplo. Pero, en la mayoría de asignaturas la presencialidad está entorno al 50% de horas presenciales y el 50% de actividades no presenciales muy tutorizadas por parte del profesorado. Evidentemente, será en la guía docente de cada asignatura donde se desplegará al máximo detalle la docencia presencial y las actividades no presenciales de cada materia. En el apartado 6 se especifica la formación que el profesorado ya ha recibido acerca de las principales actividades formativas en docencia no presenciales, así como las ayudas que la universidad ha puesto a su disposición para poder desarrollar estas metodologías docentes con éxito en el Màster.

5.2. Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

La Universitat de Girona dispone de la Oficina de Relaciones Exteriores que promueve la movilidad de estudiantes, profesorado y personal de administración y servicios, dependiendo de un vicerrectorado específico. Además, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales dispone de una oficina propia para ofrecer al estudiante una orientación académica muy personalizada en este programa de movilidad.

Así pues, en la Facultad la coordinación académica de los programas de movilidad de estudiantes recae sobre el Vicedecanato de Relaciones Internacionales que dirige la Oficina de relaciones Internacionales del centro. Este vicedecanato, con el apoyo de siete profesores de la Facultad se encarga de fomentar el intercambio de estudiantes en

estancias de larga y corta duración.

Los intercambios se realizan principalmente con otros países de la Unión Europea en el marco del Programa Erasmus, con otras universidades españolas en el marco del Programa SICUE y con otras universidades iberoamericanas en el marco del Programa PROMETEU.

ERASMUS

En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se realizan actualmente intercambio de ERASMUS con las siguientes universidades:

UNIVERSIDAD	MESES	IDIOMA	PAÍS	PLAZAS
ANHALT UNIV. OF APPLIED SCIENCES (Köthen)	5	Alemán(B2) Inglés(B2)	Alemania	4
TRIER UNIV. OF APPLIED SCIENCES	9	Alemán(B1) Inglés(B2.1)	Alemania	1
UNIV. OF APPLIED SCIENCES WÜRZBURG-SCHWEINFURT	5	Alemán(B2) Inglés(B2)	Alemania	2
DUALE HOCHSCHULE BADEN-WÜRTTEMBERG VILLINGEN-SCHWENNINGEN	5	Inglés(B2.1) Alemán(B2)	Alemania	2
UNIV. OF APPLIED SCIENCES LUDWIGSHAFEN IN THE RHINE	5	Inglés(B2.1) Alemán(B2)	Alemania	2
KAREL DE GROTE HOGESCHOOL (Anvers)	5	Inglés(B2) Neerlandés (C1)	Bélgica	2
UNIV. COLLEGE ODISEE (Gent)	5	Inglés(B2.1) Neerlandés	Bélgica	2
HOWEST UNIV. COLLEGE WEST-VLAANDEREN (Kortrijk)	5	Inglés(B2) Neerlandés (B2)	Bélgica	1

VIVES UNIV. COLLEGE Campus Kortrijk, Roeselare, Tielt, Torhout	5	Inglés(B2.1) Neerlandés (B2)	Bélgica	2
UNIV. DE NAMUR	5	Inglés(B2.1) Francés(B1)	Bélgica	3
HAUTE ECOLE DE NAMUR - LIEGE - LUXEMBOURG (Namur)	3	Francés(B1)	Bélgica	2
UNIV. OF ECONOMICS IN BRATISLAVA	10	Inglés(B2.1)	Eslovaquia	2
UNIV. MATEJ BEL (Banská Bystrica)	5	Inglés(B2)	Eslovaquia	3
LAPLAND UNIV. APPLIED SCIENCES (Rovaniemi)	5	Inglés(B1)	Finlandia	2
SAVONIA UNIV. OF APPLIED SCIENCES (Kuopio)	5	Inglés(B2)	Finlandia	2
KARELIA UNIV. OF APPLIED SCIENCES (Joensuu)	5	Inglés(B1)	Finlandia	2
SOUTH-EASTERN FINLAND UNIV. OF APPLIED SCIENCES	9	Inglés(B2.1)	Finlandia	2
UNIV. PERPIGNAN VIA DOMITIA	9	Francés(B2)	Francia	3
UNIV. MONTPELLIER	5	Inglés(B2.1)	Francia	4
PIRAEUS UNIV. OF APPLIED SCIENCES	5	Inglés(B2.1)	Grecia	2
UNIV. MISKOLC	5	Inglés(B2.1)	Hungría	2
BUDAPEST BUSINESS SCHOOL	10	Inglés(B2.1)	Hungría	2
UNIV. WEST HUNGARY (Szekesfehervar)	5	Inglés (B2.1)	Hungría	2
UNIV. OF SZEGED	5	Inglés(B2.1)	Hungría	2
UNIV. DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA	9	Italia(B1)	Italia	2
UNIV. DEGLI STUDI DI MODENA E REGGIO EMILIA	6	Italia(B1) Inglés(B2)	Italia	3
UNIV. CARLO CATTANEO - LIUC (Castellanza)	4	Italia(B1) Inglés(B1)	Italia	4
UNIV. DEGLI STUDI DI NAPOLI "PARTHENOPE"	6	Italia(B1) Inglés(B1)	Italia	4
BA SCHOOL OF BUSINESS AND FINANCES (Riga)	10	Inglés(B2) Letón	Letonia	2
UNIV. MYKOLAS ROMERIS (Vilnius)	5	Inglés(B2)	Lituania	2
GOCE DELCEV UNIV. (Stip)	6	Inglés(B2.1)	Macedonia	2
UNIV. COLLEGE OF SOUTHEAST NORWAY (Kongsberg)	10	Inglés(B2)	Noruega	3
HANZE UNIV. GRONINGEN	5	Inglés(B2)	Holanda	3

UNIV. OF ECONOMICS IN KATOWICE	5	Polonés(B2)	Polonia	2
POZNAN UNIV. OF ECONOMICS AND BUSINESS	5	Inglés(B2)	Polonia	2
CRACOW UNIV. OF ECONOMICS	5	Inglés(B2.1)	Polonia	2
EUROPEAN UNIV. COLLEGE OF BUSINESS	6	Inglés(B1)	Polonia	2
INST. POLITECNICO COIMBRA	5	Portugués(A2) Inglés(B1)	Portugal	2
INST. POLITECNICO LEIRIA (Ponta Delgada)	5	Inglés (B2.1)	Portugal	2
MASARYK UNIV. (Brno)	6	Inglés(B2)	Rep. Checa	4
BRNO UNIV. OF TECHNOLOGY	5	Inglés(B2)	Rep. Checa	2
MENDEL UNIV. IN BRNO	6	Inglés(B2.1)	Rep. Checa	3
CZECH UNIV. OF LIFE SCIENCES (Praga)	5	Inglés(B2.1)	Rep. Checa	4
MÄLARDALEN UNIV. (Västerås)	10	Inglés(B2) ,Sueco	Suecia	2
ISTANBUL UNIV.	10	Inglés(B1)	Turquía	2
UNIV. OF NICOSIA	5	Inglés(B2)	Chipre	3

PROMETEU

En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se realizan actualmente intercambio PROMETEU con las siguientes universidades:

UNIVERSIDAD	MESES	PLAZAS
UNIV. NACIONAL DE SAN MARTIN (BUENOS AIRES)	6	2
FACULDADES INTEGRADAS DO BRASIL - UNIBRASIL (CURITIBA)	6	2
CENTRO PAULA SOUZA (SÃO PAULO)	6	2
UNIV. FEDERAL DE VIÇOSA	6	2
UNIV. FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (PORTO ALEGRE)	6	2
UNIV. FEDERAL DE UBERLÂNDIA	6	1
UNIV. DO VALE DO ITAJAI (SANTA CATARINA)	6	1
UNIV. DE IBAGUÉ. CORUNIVERSITARIA	6	4
UNIV. DEL NORTE (BARRANQUILLA)	6	1
UNIV. OF WEST FLORIDA	5	2
UNIV. ALEJANDRO VON HUMBOLDT (CIUDAD MADERO-TAMAULIPAS)	6	2
UNIV. MONTERREY (NUEVO LEÓN)	6	1

UNIV. COLIMA	6	1
UNIV. AUTÓNOMA DE CIUDAD JUÁREZ	6	1
UNIV. GUADALAJARA (JALISCO)	6	2
UNIV. DEL PACIFICO (LIMA)	6	2
SAINT-PETERSBURG STATE UNIV. OF ECONOMICS	6	2
SAINT-PETERSBURG UNIV. OF MANAGEMENT TECHNOLOGIES AND ECONOMICS	6	4
UNIV. DEL DESARROLLO (SANTIAGO DE CHILE)	6	2
UNIV. DIEGO PORTALES (SANTIAGO DE CHILE)	6	1

SICUE-SÉNECA

En la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se realizan actualmente intercambio SICU-SENECA con las siguientes universidades:

UNIVERSITAT	MESOS
UNIV. ALACANT	9
UNIV. BURGOS	9
UNIV. COMPLUTENSE DE MADRID	9
UNIV. CÓRDOBA	9
UNIV. DA CORUÑA	9
UNIV. GRANADA	9
UNIV. ILLES BALEARS (Palma de Mallorca)	9
UNIV. JAUME I (Castelló)	9
UNIV. LEÓN	9
UNIV. MÁLAGA	9
UNIV. PAIS VASCO (Bilbao)	9
UNIV. PÚBLICA DE NAVARRA (Pamplona)	9
UNIV. ROVIRA I VIRGILI (Tarragona)	5
UNIV. ROVIRA I VIRGILI (Tarragona)	9
UNIV. SALAMANCA	9
UNIV. SEVILLA	9
UNIV. VIGO	9

Los créditos aprobados en el extranjero son plenamente reconocidos y convalidados en aplicación del sistema ECTS. Los acuerdos firmados por la Universidad de Girona permiten a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales realizar parte de su formación en diferentes países que ofrecen sus cursos generalmente en español, francés, inglés, alemán o italiano.

En el mes de diciembre se hace pública la convocatoria de destinos Erasmus y Prometeo y en el mes de febrero la del programa Sicue.

La concesión de plazas se lleva a cabo mediante una subasta. Para elaborar el ranking correspondiente se valoran los requisitos y condiciones siguientes:

- En primer lugar, se considera la mediana del expediente académico.
- En segundo lugar, el conocimiento de cualquier otra lengua, a parte de la requerida, también contabiliza en el cálculo de la mediana para los estudiantes que lo acrediten con documento oficial. Cada nivel de idioma, a partir del que se requiere para la plaza solicitada, se valora con 1 punto.
- En tercer lugar, para reconocer las actividades internacionales realizadas hasta el momento, es decir, la participación en:
 - o ETAP,
 - o International Week,
 - o Euroweek,
 - o Autumn or Spring Seminars,
 - o Tandem linguistic,

- o Academic students partner,
- o BEC,
- o Assignaturas impartidas en inglés (12 ECTS),
- o Otras actividades internacionales y asistencias a congresos internacionales, ferias, o actividades semejantes, con fines profesionales.

Se valora con 0,5 puntos, en cada una de ellas.

MODELO DE BAREMO

<i>Nota mediana</i>	<i>según el expediente</i>
Conocimiento de idioma diferente del requerido	1
ETAP	0,5
International Week	0,5
Euroweek	0,5
Autumn or Spring Seminars	0,5
Tandem linguistic	0,5
Academic students partner	0,5
BEC	0,5
Assignaturas impartidas en inglés	0,5
Otras actividades internacionales	0,5
Asociaciones de la UdG	0,5
Delegado de clase	0,5
Delegación de estudiantes	0,5
Colaboración en departamentos	0,5

Hay que añadir que en todas las universidades de destino hay personas que asumen la responsabilidad de orientar a los estudiantes en relación con las cuestiones académicas y facilitarles alojamiento.

5.3. Descripción detallada de la estructura del plan de estudios (prácticas externas y trabajo final de máster incluidos)

La estructura de este Máster está diseñada para ofrecer un módulo común para todos los estudiantes con la formación obligatoria, un módulo de optatividad donde el estudiante pueda perfilar su especialización y el Trabajo Final de Grado.

MÓDULO 1: ECONOMÍA Y EMPRESA / BUSINESS ECONOMICS

- Instrumentos cuantitativos para el análisis de datos masivos.
- Indicadores empresariales: contabilidad y gestión.
- Análisis del entorno económico para la toma de decisiones

- Análisis de los mercados y de la competencia.
- Mercados y organizaciones

Total de créditos del Módulo 1 es de **30 ECTS**. Cada una de las asignaturas es de 6 ECTS.

MÓDULO 2: OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

- Itinerario profesional:
 - o Contabilidad para la empresa internacional.
 - o Decisiones de inversión.
 - o Dirección estratégica de PYME
 - o Internacionalización de la empresa.
 - o Contratación internacional, derecho y empresa.
 - o Habilidades directivas.
 - o Liderazgo y gestión del talento.
 - o Responsabilidad de la empresa y de los empresarios
 - o Mercados emergentes.
 - o Marketing internacional.
 - o Estrategias de marketing
 - o Decisiones financieras en la empresa

Cada una de estas asignaturas es de 3 ECTS. Y el estudiante deberá cursar **18 créditos** optativos. Dentro de estos 18 créditos optativos el estudiante podrá optar a realizar unas Prácticas en empresas o instituciones, también optativas pero de 9 ECTS.

- o Prácticas en empresa o instituciones (9 ECTS)
- Itinerario de investigación:
 - o Técnicas de investigación para la empresa
 - o Técnicas de investigación para la economía.
 - o Investigación aplicada en economía y empresa

MÓDULO 3: TRABAJO FINAL DE MÁSTER

- Trabajo Final de Máster, de **12 ECTS** y que el estudiante deberá realizar obligatoriamente para obtener el título.

5.3.1. Distribución temporal de los módulos en el Plan de estudios y competencias básicas y específicas asociadas:

El plan de estudios previsto es de un curso de 60 créditos impartidos en dos semestre. El MÓDULO 1: ECONOMÍA Y EMPRESA/BUSINESS ECONOMICS, de 30 créditos obligatorios, se imparte íntegramente en el primer semestre del curso. El MÓDULO 2: OPTATIVIDAD, de 18 créditos optativos, se imparte íntegramente en el segundo semestre del curso. Y, el MÓDULO 3: TRABAJO FINAL DE MÁSTER, de 12 créditos se evalúa al final del segundo semestre del curso.

	COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE MASTER EN ECONOMÍA Y EMPRESA (Business Economics)	EINES QUANTITATIVES PER A L'ANÀLISI DE DADDES MASSIVES (BIG DATA)	INDICADORS EMPRESARIALS: COMPTABILITAT I GESTIÓ	ANÀLISI DE L'ENTORN ECONÒMIC PER A LA PRESA DE DECISIONS	ANÀLISI DE MERCATS I DE LA COMPETÈNCIA	MERCATSI ORGANITZACIONS
	Competencias generales					
CG.1.	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.					
RA.CG.1.1	Conocer los paradigmas esenciales y las tendencias actuales sobre la empresa.					
RA.CG.1.2	Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.					
CG.2.	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.					
RA.CG.2.1	Capacidad para encontrar datos o generarlos, comprendiendo las limitaciones tanto de la falta de información como de los datos masivos (Big Data)					
RA.CG.2.2	Capacidad para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.					
CG.3.	Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.					
RA.CG.3.1	Dominar las técnicas de comunicación oral para expresar en público informes, ideas, conceptos y opiniones propias.					
RA.CG.3.2	Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.					
CG.4.	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.					
RA.CG.4.1	Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.					
RA.CG.4.2	Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.					
CG.5.	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.					
RA.CG.5.1	Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.					
RA.CG.5.2	Adquirir la habilidad de formularse preguntas, identificar un marco de análisis y buscar					

.	respuestas en expertos y, sobre todo, de manera autónoma.					
	Competencias específicas					
CE.1.	Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.					
RA.CE.1.1.	Capacidad de analizar la evolución macroeconómica.					
RA.CE.1.2.	Capacidad de analizar la evolución de un entorno empresarial para tomar decisiones fundamentadas.					
RA.CE.1.3.	Capacidad de incorporar la perspectiva histórica y social en el análisis.					
CE.2.	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.					
RA.CE.2.1.	Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.					
RA.CE.2.2.	Capacidad de evaluar las consecuencias de las acciones públicas y los movimientos sociales.					
CE.3.	Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.					
RA.CE.3.1.	Valorar de manera rigurosa y crítica los estudios aplicados.					
RA.CE.3.2.	Capacidad de diseñar un proyecto de investigación.					
CE.4.	Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa					
RA.CE.4.1.	Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.					
RA.CE.4.2.	Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.					
CE.5.	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.					
RA.CE.5.1.	Adquirir prácticas de uso y construcción de sistemas de inteligencia de negocio.					
RA.CE.5.2.	Capacidad de aplicar sistemas a nuevos negocios y en entornos inciertos y multiculturales.					
CE.6.	Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.					
RA.CE.6.1.	Capacidad para seleccionar los indicadores económicos, contables, financieros y de gestión adecuados para el estudio de problemas empresariales.					
RA.CE.6.2.	Habilidad para interpretar los indicadores.					
RA.CE.6.3.	Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.					
CE.7.	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.					
RA.CE.7.1.	Habilidad para interpretar las normas económicas y jurídicas relevantes para la contratación internacional.					
RA.CE.7.2.	Capacidad para identificar y valorar los recursos y capacidades organizativas de la empresa.					
RA.CE.7.3.	Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.					
CE.8.	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.					
RA.CE.8.1.	Capacidad para identificar mercados: segmentación, internacionalización y nivel de competencia.					

RA.CE.8.2.	Identificar las características competitivas del entorno.					
RA.CE.8.3.	Habilidad para definir estrategias empresariales en distintos tipos de mercados.					
CE.9.	Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.					
RA.CE.9.1.	Capacidad de liderar equipos de trabajo en entornos organizativos.					
RA.CE.9.2.	Identificar y analizar los factores relevantes para la fijación de las estrategias necesarias para la dirección.					
RA.CE.9.3.	Capacidad para aplicar las habilidades directivas necesarias en los distintos ámbitos de la empresa.					

5.3.2. Relación de actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación.

A continuación se relacionan todas las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación que las distintas asignaturas del máster incluyen en su programación.

A. Actividades formativas:

1. Clase expositiva
2. Clase práctica
3. Clase participativa
4. Estudio/Análisis/Resolución de casos
5. Seminario
6. Lectura y comentario de texto
7. Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)
8. Exposición oral
9. Tutoría
10. Prácticas en empresas o instituciones
11. Trabajo final de máster

B) Metodologías docentes:

1. Clase magistral
2. Clase práctica
3. Clase participativa
4. Clase invertida
5. Comentario de texto
6. Aprendizaje colaborativo y cooperativo
7. Aprendizaje basado en problemas
8. Tutoría

9. Presentación de trabajos individuales
10. Presentación de trabajos en grupo
11. Resolución de ejercicios
12. Aprendizaje reflexivo
13. Clase en el aula informática

C) Sistemas de evaluación:

1. Examen o prueba de evaluación
2. Trabajo cooperativo
3. Presentación oral
4. Estudio/Análisis/Resolución de casos
5. Presentación de trabajos
6. Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios
7. Exposición y defensa oral
8. Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.

5.3.3. Relación de los módulos que componen el plan de estudios con la temporalización, contenidos, competencias, actividades de formación, metodologías docentes y sistemas de evaluación. Especial referencia a las prácticas externas y al trabajo de fin de máster.

ANEXO I: Plan de estudios del máster en Economía y Empresa (Business Economics) por la Universidad de Girona.

B) Prácticas externas:

Las prácticas externas o prácticas en empresas o instituciones se definen como una asignatura optativa de 9 créditos. El carácter debe ser optativo puesto que una elevada proporción de estudiantes en realidad pueden compatibilizar el estudio del Máster con un trabajo, al ser un máster semipresencial. Conscientes de esta realidad, se definen los requisitos académicos y de evaluación para la asignatura de prácticas tanto para aquellos estudiantes que cursan la asignatura como primera experiencia laboral, como para los que ya forman parte del mercado laboral. El programa de prácticas en empresas para todos los grados y máster de nuestra facultad se puede consultar en el web de prácticas de nuestro centro, que es altamente valorado por las empresas e instituciones que participan.

6. Personal académico

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS

La plantilla de profesorado disponible para impartir el Máster es la que actualmente permite desplegar los estudios acreditados de los grados en Economía, Administración y Dirección de Empresas y Contabilidad y Finanzas.

La Facultad estima que esta plantilla permitirá cubrir con calidad la docencia propuesta en esta memoria. Además, a fin de asegurar la enseñanza de carácter más especializado que persigue este máster, se deberá contar con la contratación de asociados a tiempo parcial que sean profesionales de la alta dirección de empresas especialistas en los distintos ámbitos de dirección.

Actualmente el personal académico adscrito a los departamentos de Economía; Empresa, Organización, Gestión Empresarial y Diseño de Producto, Derecho Público y Derecho Privado, que tienen asignada docencia en la Facultad, se estructura globalmente en las categorías y proporciones siguientes.

<i>categoría</i>	<i>total PDI</i>	<i>% del total</i>	<i>doctores</i>	<i>% doctores por categoría</i>	<i>% doctores por categorías sobre total de doctores</i>	<i>créditos impart.</i>	<i>horas</i>	<i>% de horas</i>
<i>Catedrático de universidad</i>	4	4,00%	4	100,00%	6,15%	55,5	555	4,12%
<i>Profesor titular universidad</i>	29	29,00%	29	100,00%	44,62%	532	5320	39,46%
<i>Profesor titular escuela universitaria</i>	4	4,00%	2	50,00%	3,08%	89,5	895	6,64%
<i>Profesor agregado</i>	4	4,00%	4	100,00%	6,15%	68,75	687,5	5,10%
<i>Profesor agregado interino</i>	4	4,00%	4	100,00%	6,15%	55	550	4,08%
<i>Profesor lector</i>	2	2,00%	2	100,00%	3,08%	27	270	2,00%
<i>Profesor visitante</i>	6	6,00%	5	83,33%	7,69%	116	1160	8,60%
<i>Profesor asociado</i>	44	44,00%	13	29,55%	20,00%	371,75	3717,5	27,57%
<i>Otro profesorado investigador</i>	3	3,00%	2	66,67%	3,08%	32,75	327,5	2,43%
Total	100	100,00%	65	65,00%	100,00%	1348,25	13482,5	100,00%

Lista de categorías y áreas de conocimiento:

Categorías: CU-Catedrático de Universidad, TU-Titular de Universidad, AGR-Profesor Agregado, CP- Colaborador Permanente, LEC-Profesor Lector, VIS-Profesor Visitante, PA-Profesor Ayudante, ASOC-Profesor Asociado.

Áreas: FAE-Área de Fundamentos del Análisis Económico, EA-Área de Economía Aplicada, MQ-Área de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, CIM-Área de Comercialización e Investigación de Mercados, EFC-Área de Economía Financiera y Contabilidad, OE-Área de Organización de Empresas, HIC-Área de Historia e Instituciones Económicas.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales cuenta con profesorado propio suficiente para impartir el Máster, perteneciente a las áreas de conocimiento de Métodos Cuantitativos, Comercialización e Investigación de Mercados, Contabilidad, Economía Aplicada, Fundamentos del Análisis Económico, Matemáticas y Historia e Instituciones Económicas. Cuenta también con la colaboración de profesorado externo de acreditada solvencia en materias afines al Máster propuesto. En un primer momento, se cuenta con 28 profesores con un perfil coincidente con los contenidos del Máster, aunque, lógicamente, no todos impartirán el Máster cada año académico, para evitar la excesiva fragmentación de las asignaturas. La relación de profesorado participante es la siguiente

Ayllón, Sara (AGR, EA)
Balaguer Canadell, Jordi (TU, OE)
Barceló, Maria Antònia (TU, MQ)
Bikfalvi, Andrea (AGR, OE)
Boccard, Nicolas Marie Maurice (AGR, FAE)
Bosch Badia, Maria Teresa (VIS, CIM)
Coenders Gallart, Germà (CU, MQ)
Coromina Soler, Lluís (TU, MQ)
Espinete Rius, Josep Maria (ASOC, CIM)
Farreras Noguer, M. Àngels (TU, EFC)
Ferrer Comalat, Joan Carles (TU, EFC)
Filimon Costin, Nela (AGR, CIM)
Fluvià Font, Modest (CU, FAE)
Garriga Ripoll, Anna (TU, FAE)
Kyriacou, Andreas (AGR, EA)
Linares Mustarós, Salvador (PA, EFC)

López Estudillo, Antonio (TU, HE)
Marquès Gou, Pilar (TU, OE)
Martínez García, Esther (TU, EA)
Panosa Gubau, Anna Maria (TU, EFC)
Renart Vicenc, Gemma (CP, MQ)
Rigall Torrent, Ricard (TU, FAE)
Ros Massana, Rosa (TU, HE)
Saez Zafra, Marc (CU, MQ)
Saurina Canals, Maria Carme (TU, MQ)
Silva Becerra, José Ignacio (AGR, EA)
Vall-Ilosera Casanova, Laura (AGR, MQ)
Zerva, Konstantina (AGR, CIM)

El perfil docente e investigador del profesorado participante coincide de manera rigurosa con las materias que se pretende impartir así como con las competencias generales y específicas que se desarrollarían a través del Máster aquí propuesto. Además, el conjunto de los profesores participantes demuestra una alta capacidad investigadora reflejada en la concesión de 31 sexenios de investigación y la dirección de unas 40 tesis doctorales leídas. Los profesores pertenecen, en calidad de investigadores principales o miembros, a numerosos centros, redes o grupos de investigación financiados y consolidados. A modo de ejemplo, podemos indicar 5 grupos de investigación de la propia UDG: Grupo de Investigación en Economía, Industria y Servicios; Grupo de Investigación en Contabilidad y Matemáticas para la Economía y la Empresa; Grupo de Investigación en Estadística, Econometría y Salud; Grupo de Investigación en Análisis Económico y grupo de Investigación Avanzada Sobre Dinámica Empresarial e Impacto de las Nuevas Tecnologías a las Organizaciones.

Para poder indicar la adecuación del profesorado a la docencia que se debe impartir en el contexto del Máster que aquí se propone, a continuación, se presentan las asignaturas del Máster junto con una muestra de artículos publicados por el profesorado en revistas de prestigio internacional y relacionados con la temática del Máster.

Análisis del Entorno Económico para la Toma de Decisiones

José I. Silva: "Wage effects of non-wage labour costs", European Economic Review, 2014.

José I. Silva: "Productivity growth and vocational training: Evidence from the European Union", Journal of Productivity Analysis, 2013.

Instrumentos Cuantitativos para el Análisis de Datos Masivos

Marc Saez: "Spatial variability in relative survival from female breast càncer", Journal of the Royal Statistical Society, 2012.

Marc Saez: "Space-time interpolation of daily air temperatures", Journal of Environmental Statistics 2012; 3(5), July 2012.

Análisis de los mercados y competencia

Nicolas Boccard: "Relaxing quality differentiation through capacity limitation: A note, International Journal of Economic Theory, 2017.

Nicolas Boccard: "Audit Competition in Insurance Oligopolies", Frontiers of Economics in China, 2017.

Ricard Rigall: "Using problem-based learning for introducing producer theory and market structure in intermediate microeconomics", International Review of Economics Education, 2011.

Fluvià, M; Garriga, A.; Rigall i Torrent, R.; Rodríguez-Carámbula, E.; Saló, A.: "Buyer and seller behavior in fish markets organized as Dutch auctions: Evidence from a wholesale fish market in Southern Europe", Fisheries Research, 2012.

Indicadores Empresariales: Contabilidad y Gestión; Contabilidad para la Empresa Internacional

M. Àngels Farreras: "Análisis económico Financiero del sector vinícola de La Rioja en un entorno de crisis", Intangible Capital, 2016.

M. Àngels Farreras: "Tratamiento contable de las subvenciones en el sector agrario", Estudios financieros. Revista de Contabilidad y tributación, 2015.

Mercados y Organizaciones

Bartosik-Purgat, M.; Filimon, N.; Hinner, M. "Determinants of social media's use in consumer behaviour: an international comparison." Economics and Business Review 3: 79-100, 2017.

Bartosik-Purgat, M.; Filimon, N. "Patterns of YouTube uses in a cross-cultural context: an exploratory approach focused on gender and age ", en Jared A. Jaworski (Ed.) Advances in Sociology Research vol. 21, Nova Science Publishers Inc., 2017.

Saló, A; Garriga, A; Rigall i Torrent, R; Vila, M.; Fluvià, M.: "Do implicit prices for hotels and second homes show differences in tourist' valuation for public attributes for each type of accommodation facility?", International Journal of Hospitality Management, 2014

Dirección Estratégica de PYMES

Andrea Bikfalvi, Pilar Marques: "Strategic agility-driven business model renewal: the case of an SME". Management Decision, 2017.

Pilar Marques: "The Heterogeneity of Family Firms in CSR Engagement: The Role of Values", Family Business Review, 2014.

Andrea Bikfalvi, Pilar Marques: "Exploring value differences across family firms: The influence of choosing and managing complexity", Journal of Family Business Strategy, 2012.

Internacionalización de la Empresa

Andrea Bikfalvi, Pilar Marques: "Servitisation and technological complexity in family and non-family firms: European evidence", European Journal of International Management, 2015.

Pilar Marques: "Entrepreneurship orientation in service SMEs: Key resources for internationalization". Proceedings de Fourth Conference of the International Network of Business & Management. Universitat Politècnica de València. ISBN: 978-84-697-0478-3, 2014.

Germà Coenders: "Responsive and proactive market orientation and innovation success under market and technological turbulence", Journal of Business Economics and Management 2012.

Andreas Kyriacou: "New exporters of Catalonia programme (NEX)." Barcelona Management Review, 2000.

Derecho Internacional de la Empresa

Josep Solé Feliu, "La compensación de deudas. Propuestas de reforma del derecho español a la luz de los textos de soft-law europeos", InDret: Revista para el Análisis del Derecho, núm. 3/2017, pp. 1-42.

Josep Solé Feliu, "La intimidación o amenaza como vicio del consentimiento contractual: textos, principios europeos y propuestas de reforma en España", InDret: Revista para el Análisis del Derecho, núm. 4/2016, pp. 1-32.

Miquel Martín-Casals / Josep Solé Feliu, "Causal Uncertainty and Proportional Liability in Spain", en Israel Gilead / Michael D. Green / Bernhard A. Koch (Eds.), Causal Uncertainty and Proportional Liability in Europe. Analytical and Comparative Perspectives, Berlin/Boston, Walter de Gruyter, 2013, pp. 295-321.

Miquel Martín-Casals / Josep Solé Feliu, "Arzthaftung in Spanien", in Bernhard A. Koch (Hrsg.), Arzthaftung in Europa: ausgewählte Rechtsordnungen im Vergleich, ABW Wissenschaftsverlag, Berlin, 2012, pp. 411-475.

Habilidades Directivas

Pilar Marques: "Exploring how social capital facilitates innovation: The role of innovation enablers", Technological Forecasting and Social Change, 2014.

Andrea Bikfalvi: Aligning leadership and competences in recruitment and staff development: an empirical analysis in the context of regional public administration. Int J Public Sect Perform Management, 2008.

Andrea Bikfalvi: "Testing a new tool for competence self-evaluation and development: students as project managers". Proceedings of the IADIS International Conference on Cognition and Exploratory Learning in Digital Age (CELDA 2006). ISBN: 972-8924-24-0, 2006.

Liderazgo y Gestión de Talento

Andrea Bikfalvi, Pilar Marques: "Bridging academia and water-related business through competence development: evidence from a pan-European project", 2017.

Pilar Marques: Co-dirección del Postgrado de Liderazgo y Desarrollo de Personas. Fundació Universitat de Girona, 2012-2017.

Andrea Bikfalvi: "Enhancing competences in engineering studies through continuous improvement actions", INTED2015, 2016.

Andrea Bikfalvi: "The Assessment of Competence in University Adult Education: A Dynamic Approach", Int J Manag Knowl Learn [Internet], 2013.

Responsabilidad Social de la Empresa y de los Empresarios

Esther Martínez, Germà Coenders: "Corporate social responsibility in human resource management: an analysis of common practices and their determinants in Spain", Corporate Social Responsibility and Environmental Management 2014.

Mercados Emergentes

Germà Coenders: "Destinations and crisis. Profiling tourists' budgets share from 2006 to 2012", Journal of Destination, Marketing & Management, 2018.

Germà Coenders: "Understanding low-cost airline users' expenditure patterns and volume", Tourism Economics 2016.

Esther Martínez, Germà Coenders: "Package and no frills air carriers as moderators of length of stay", Tourism Management 2014.

K. Zerva: Crime and tourism: organizational opportunities and social marketing in LA Gang Tours, (2013), Journal of Tourism and Cultural Change 11 (1-2), 92-108

K. Zerva: 'Chance Tourism': Lucky enough to have seen what you will never see, (2017), Tourist Studies, in press, <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1468797617723471>

Marketing para la Internacionalización y Estrategias de Marketing

Espinet Rius, J.M.; Espinet Pérez-Muelas, À.; Filimon, N. "Marketing through smartphones: the role of customer satisfaction and prices", En: Flavián-Blanco, C. et al. (Eds). Challenges of Marketing Communications in a Globalized World. Proceedings of the 22nd International Conference on Cor. Saragossa (ESP): Faculty of Economics and Business, University of Zaragoza, 2017.

Konstantina Zerva: "Tour Guides as information filters in urban heterotopias: Evidence from the Amsterdam Red Light District", *Tourism Management Perspective*, 2016.

Luis Coromina: "The role of information sources in image fragmentation", *Annals of Tourism Research* 2016.

Modest Fluvià y Josep-Maria Espinet: Hotel characteristics and seasonality in prices: An analysis using Spanish tour operators' brochures, *Tourism Economics*, 2012.

Innovación Financiera

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., Panosa-Gubau, A. M., & Tarrazon-Rodon, M. A. (2017). Corporate real estate, capital structure and value creation. *Journal of European Real Estate Research*, 10(3), 384-404.

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., & Tarrazon-Rodon, M. A. (2017). Analysing the information embedded in the optimal mean–variance weights: CAPM versus Bamberg and Dorfleitner model. *Review of Managerial Science*, 11(4), 789-814.

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., & Tarrazon-Rodon, M. A. (2015). Corporate social responsibility: A real options approach to the challenge of financial sustainability. *PloS one*, 10(5), e0125972.

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., & Tarrazon-Rodon, M. A. (2014). Unveiling the embedded coherence in divergent performance rankings. *Journal of Banking & Finance*, 42, 154-165.

Decisiones Financieras de la Empresa

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., & Tarrazon-Rodon, M. A. (2017). Efficiency and Sustainability of CSR Projects. *Sustainability*, 9(10), 1714.

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., & Tarrazon-Rodon, M. A. (2017). Analysing assets' performance inside a portfolio: From crossed beta to the net risk premium ratio. *Cogent Economics & Finance*, 5(1), 1270251

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., & Tarrazon-Rodon, M. A. (2014). Capital budgeting and shareholders' value: Investment projects versus courses of action. *The Engineering Economist*, 59(3), 207-230.

Bosch-Badia, M. T., Montllor-Serrats, J., & Tarrazon, M. A. (2013). Corporate social responsibility from Friedman to Porter and Kramer. *Theoretical Economics Letters*, 3(03), 11.

M. Àngels Farreras: "Análisis económico financiero del sector vinícola catalán", Intangible Capital 2014.

Salvador Linares: "The assesment of cash flow forecasting", Kybernetes 2013.

Salvador Linares: "Una nueva ratio sectorial. La ratio de retorno líquido", Cuadernos del Cimbage, 2013.

Técnicas de Investigación para la Economía, la Empresa, e Investigación Aplicada en Economía y Empresa

Joan Carles Ferrer: "A model for optimal investment project choice using fuzzy probability", Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research, 2016.

Joan Carles Ferrer: "Processing extreme values in sales forecasting" Cybernetics and Systems (2015), 46, 3-4, 207-229.

Ayllón, S. (2015). 'Youth poverty, employment and leaving the parental home in Europe', Review of Income and Wealth, 61(4): 651-676.

Germà Coenders: "Measurement Quality in Indicators of Compositions. A Compositional Multitrait-Multimethod Approach", Survey Research Methods, 2011.

Todo el profesorado que figura en la anterior relación ha recibido formación en el uso de las nuevas tecnologías que ya se implantan en nuestra facultad, y ha participado en múltiples cursos de formación del ICE acerca de las nuevas metodologías docentes vinculadas a la semipresencialidad. Además de usar las herramientas docentes disponibles y generales de la universidad, como son el Moodle o el sistema Open UdG, progresivamente se han planificado desarrollos informáticos más avanzados en algunas materias para que el estudiante pueda aprender de manera más autónoma y sin clases presenciales. Estos desarrollos, a modo de prueba se han implementado en alguna clase práctica de grado y han sido evaluados positivamente por parte de los estudiantes. Todo indica pues, que el profesorado ha realizado el trabajo formativo necesario para poder ejercer la docencia semipresencial con éxito en este máster.

Para ello, el profesorado que figura en este Máster cuenta con las ayudas económicas de la propia universidad, dentro del "Programa de fomento de la innovación docente y de la mejora de la calidad de la docencia" que aprobó los proyectos siguientes:

- Uso de la metodología docente del aula invertida (flipped classroom)

- Innovación docentes en Organización de Empresas: método “design thinking” y crear materiales para el Aprendizaje Basado en Problemas, entre otros nuevos métodos docentes.
- Personalidad y proceso de aprendizaje: programa Insights.
- Metodologías docentes para el análisis económico.
- Elaboración de recursos de aprendizaje para mejorar conceptos y procedimientos cognitivos matemáticos.
- Innovación docente en el ámbito de la empresa, finanzas y comercial desde una perspectiva integradora.
- Clase invertida con libro impreso. Estadística y econometría con el programario R.
- Prueba piloto de docencia semipresencial en Contabilidad.

El profesorado participa anualmente en los Seminarios de Docencia propios de la Facultad, donde se coordinan contenidos, actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación. El inicio de este Máster semipresencial se hará después de trabajar con todo el profesorado y coordinar previamente las guías docentes de todas y cada una de las asignaturas con sus respectivas actividades no presenciales.

6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS

El Personal de Administración y Servicios (PAS) adscrito al Área de Estudios de Económicas y Derecho comparte funciones en las dos facultades. Aun así, la plantilla relativa a la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se compone de 19 personas, distribuidas en las áreas de apoyo siguientes: Coordinación de Estudios, Secretaría Académica, Secretaría Económica, Secretaría del Decanato, Conserjería, Servicio Informático, Departamento de Economía, Departamento de Empresa y Dirección del área administrativa. Asimismo, contamos con el apoyo centralizado en la universidad de la Oficina de Servicios a la Empresa para la gestión de las prácticas en empresas.

Cabe destacar que la mayoría del PAS adscrito tiene una larga experiencia profesional en la misma facultad o en la universidad, lo que añade eficacia a su trabajo en relación a los trámites necesarios para el profesorado, los estudiantes o cualquier persona interesada en los servicios.

6.3 Mecanismos para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad

El Consejo de Gobierno de la Universitat de Girona en sesión núm. 9/06 de 27 de octubre de 2006 creó la *Comisión para el Plan de Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de la Universitat de Girona*", con las funciones de iniciar el proceso de elaboración del plan de igualdad, cuidar por su realización, favorecer su difusión, y incrementar el contacto con otras universidades y instituciones comprometidas con la igualdad entre géneros.

En el art. 45 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, *para la igualdad efectiva de mujeres y hombres*, se establece que las empresas (privadas y públicas) de más de doscientos cincuenta trabajadores han de elaborar y aplicar un *plan de igualdad*.

Al mismo tiempo, el art. 46 de dicha Ley Orgánica dispone que los planes de igualdad tendrán que fijar los conceptos, objetivos de igualdad, las estrategias y prácticas a realizar para su consecución, así como la definición de sistemas eficaces para el seguimiento y evaluación de los objetivos fijados. Como consecuencia de ello, el día 31 de enero de 2008, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Girona aprobó un "*Avance del plan de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de la Universitat de Girona. Estructura y proceso de implementación*", en el que se presentaba un breve diagnóstico de situación, se

señalaban los grandes ámbitos de actuación, la metodología del proceso participativo que tendría que involucrar a toda la comunidad universitaria en la elaboración del “*Plan de Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de la UdG*” y el calendario para su elaboración. En este avance del plan de igualdad, se especificaba la creación de una Comisión de seguimiento que velara por el proceso de despliegue del “*Plan de Igualdad de de oportunidades entre hombres y mujeres de la UdG*” :
<http://www.udg.edu/LinkClick.aspx?fileticket=nMk1OPFszCo%3d&tabid=17467&language=ca-ES>

Dicho “*Plan de Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres de la UdG*” se aprobó definitivamente por el Consejo de Gobierno de la UdG el 29 de enero de 2009 y se puede consultar en línea:

<http://www.udg.edu/viualaudg/totsignals/Launitat/ElPladIgualtathist%C3%B2riaiaactualitat/tabid/17467/language/ca-ES/Default.aspx>

En relación con la no discriminación de personas con discapacidad, la Universidad de Girona aprobó en la sesión núm. 5/07 de 31 de mayo de 2007 la creación de la *Comisión para el Plan de igualdades en materia de discapacidades de la Universitat de Girona*, cuyas funciones son:

- Elaborar el plan de igualdad en materia de discapacidad de la UdG.
- Estudiar las necesidades en materia de espacios, accesibilidad y uso de infraestructuras y servicios.
- Estudiar las adaptaciones curriculares, coordinadamente con los centros.
- Analizar y proponer mejoras sobre todos los temas que contribuyan a la mejora del Plan.

Véase:

<http://www.udg.edu/viualaudg/SuportaPersonesambDiscapacitat/Pladinclusi%C3%B3/Comissi%C3%B3/tabid/13089/language/ca-ES/Default.aspx>

El Consejo de Gobierno de la UdG aprobó en la sesión núm. 4/09, de 30 de abril de 2009, el “*Plan de igualdad para personas con discapacidad de la UdG*”:
<http://www.udg.edu/LinkClick.aspx?fileticket=diyKVhgZDNc%3d&tabid=13090&language=ca-ES>

7. Recursos materiales y servicios

7.1. Justificación de los medios materiales y servicios disponibles propios o concertados con otras instituciones ajenas a la Universidad, adecuados para garantizar la adquisición de las competencias y el desarrollo de las actividades formativas planificadas

Los espacios e infraestructuras docentes que configuran la Facultad se organizan en el edificio de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Además de todos los espacios que se detallan a continuación hay un aula equipada para la conexión de los portátiles de los estudiantes.

El siguiente cuadro muestra un resumen de los espacios de la Facultad:

<i>Tipología</i>	<i>Nombre</i>	<i>Capacidad media por aula</i>	<i>Uso principal</i>	<i>Superficie total(m²)</i>
<i>Aulas</i>	14	102	Docencia	1.672,59
<i>Aula 14-15</i>	1	185	Docencia, actos académicos	236,16
<i>Sala de Grados</i>	1	84	Docencia, actos académicos	116,85
<i>Aulas informáticas</i>	3	48	Docencia	291,65
<i>Seminarios</i>	7	24	Docencia/sala de reuniones	126,42
<i>Sala de descanso</i>	1	44	Polivalente	119,07
<i>Sala de lectura</i>	1	88	Polivalente	144,44
<i>Cabinas de autoaprendizaje</i>	10	1		25,20

Todos los espacios docentes están adecuadamente equipados con aislamiento acústico y térmico y facilidad de acceso para personas con movilidad reducida, con ascensor que puede utilizarse para desplazarse entre las diferentes plantas del edificio.

- a) Red wifi: Se dispone de red wifi en todos los espacios, lo que permite que los estudiantes puedan utilizar el ordenador como herramienta para su formación.
- b) Aulas docentes: Todas las aulas, así como la Sala de Grados, el aula 14-15 y tres de los seminarios tienen ordenador con lector DVD y sonido, conectado a la red, con proyector y pantalla de proyección. El mobiliario, mayoritariamente, es de bancada fija. Una de las

aulas (A33) dispone de un equipo de videoconferencia. Está preparada para que el profesor auto gestione la grabación en vídeo de sus clases.

- c)** Aula 14-15: Esta aula se utiliza como sala para los actos académicos por su aforo (la Facultad no cuenta con sala de actos). En realidad, son dos aulas separadas por paneles, que tienen ordenador con lector DVD y sonido, conectado a la red, con proyector y pantalla de proyección. El mobiliario es de sillas con pala.
- d)** Sala de Grados: dispone de ordenador con lector DVD y sonido, conectado a la red, con equipo de videoconferencia, proyector y pantalla de proyección porqué, además de la docencia, se utiliza para actos académicos. El mobiliario es de sillas con pala.
- e)** Aulas informáticas: Se dispone de tres aulas con ordenadores (PC) conectados a la red y a los programas necesarios para la docencia. Los ordenadores se renuevan cada cuatro años. Las aulas informáticas son de libre acceso, cuándo no hay docencia. La Facultad también tiene dos carros con 20 ordenadores portátiles cada uno, que complementan la capacidad de las aulas informáticas.
- f)** Seminarios: Tres de los siete seminarios disponen de ordenador con lector DVD y sonido, conectado a la red, con proyector y pantalla de proyección, y se utilizan para reuniones y para la docencia en grupos pequeños.
- g)** Sala de Descanso: Esta sala está situada delante del bar y complementa el espacio de descanso. Se puede disponer de microondas, lavadero y nevera para dar facilidades a los estudiantes que quieran pasar todo el día en la Facultad y traerse la comida de casa. Los estudiantes, también, la utilizan para hacer trabajos en grupo o para descansar.
- h)** Sala de Lectura: Esta sala está situada en la segunda planta, con mucha luz natural, se utiliza como sala de estudios.
- i)** Cabinas de auto aprendizaje: Las cabinas están situadas en la planta 0 del edificio de la Facultad y permiten al estudiante disponer de un entorno ideal para trabajar individualmente. Cada cabina dispone de un ordenador, de los programas estándares y unos, de específicos de auto aprendizaje de idiomas. Algunas disponen, también, de *webcam*.
- j)** Otros espacios:
 - Local para la Delegación de Estudiantes, en la parte baja.

- Servicio de Reprografía de Campus, con equipos en la Facultad y gestionado por una empresa concesionaria.
- Secretaría Informática, con personal técnico adscrito a la Facultad, en jornada de mañana y tarde, que da soporte a las aulas, también al profesorado y al personal de administración y servicios. Técnicamente, el Servicio Informático, propio de la UdG, da instrucciones, soporte y gestiona los servidores institucionales.

Como se puede constatar con esta descripción, la Facultad dispone de los recursos materiales y servicios necesarios para realizar la docencia de sus grados y másteres en condiciones adecuadas.

Algunos de estos recursos necesitan ser actualizados periódicamente para poder garantizar la calidad, el mantenimiento y la mejora de sus equipamientos, espacios y servicios, por tal motivo se destina una parte importante del presupuesto de funcionamiento y se realizan peticiones de ayudas al Rectorado.

La Biblioteca de la UdG dispone de 10.647m² de libre acceso entre las tres bibliotecas, con capacidad de hasta 1.850 plazas y 361 ordenadores y tiene hasta 393 puntos de trabajo en grupo y salas colectivas. Su fondo dispone de 414.258 volúmenes, 35.757 revistas, 87 bases de datos y 789 tesis doctorales en red en el repositorio TDX. La Biblioteca contiene hasta 25.134 objetos digitales y estas producciones electrónicas aumentan constantemente. El conjunto de los recursos están repartidos en tres bibliotecas: Montilivi, Barrio Viejo y Emili Grahit, una en cada campus. Se puede consultar la información general sobre la biblioteca en este enlace.

La biblioteca directamente ligada con la Facultad es la Biblioteca de Montilivi. Es la biblioteca más grande de las tres (1.066 plazas de 1.850), y tiene una actividad alta: 2.461 visitas de media al día, 195 préstamos de media diarios. Además, la Biblioteca de Montilivi abre los fines de semana y, en épocas de exámenes finales, incluso por las noches (hasta las 3 de la madrugada). Como Biblioteca de campus cumple con los estándares de calidad establecidos por REBIUN (Red de Bibliotecas Universitarias Españolas): ofrece un punto de lectura para cada 7 estudiantes y las 1.066 plazas que se ofrecen se reparten en espacios polivalentes para cubrir las necesidades de estudio diferentes: puntos individuales, aulas de estudio en grupo, salas de conferencias y espacios polivalentes.

La Biblioteca de la UdG lleva años experimentando un crecimiento al alza en sus servicios

de formación y ya son 82 los cursos que se han impartido, de manera que se ha llegado a las 465 horas impartidas. La Biblioteca ha participado en diversas evaluaciones impulsadas por el CBUC y por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario en Catalunya (2000 y 2006). Tanto su planificación como las actividades quedan recogidas en los planes estratégicos y en las memorias anuales. Globalmente, se considera que estos equipamientos satisfacen la programación del centro con el cumplimiento de los planes docentes y, de acuerdo con las memorias de cada uno de los estudios que se imparten, se consideran muy adecuados para desarrollar las actividades de formación tanto teórica como práctica previstas en el plan de estudios.

8. Resultados previstos

8.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores que se relacionan a continuación y su justificación:

- a) Tasa de graduación: entorno al 85%
- b) Tasa de abandono: entorno al 10%
- c) Tasa de eficiencia: entorno al 90%

Justificación de las estimaciones realizadas:

Se prevé una tasa de graduación entorno al 85% en T+1 años y una tasa menor en T años, puesto que a este Máster pueden acceder estudiantes que ya llevan a cabo una intensa vida profesional y pueden querer cursarlo en dos años en lugar de uno sólo.

La tasa de abandono se prevé entorno al 10% atendiendo a que puedan darse casos de profesionales en qué el foco de interés sea más cursar tan sólo unas materias específicas y luego abandonen puesto que no tanta importancia a conseguir el título.

Una tasa de eficiencia superior al 90% sería deseable. Las tasas de eficiencia más recientes en nuestros estudios de grado son: 89,93% para el grado en Contabilidad y Finanzas, 97,07% en el grado en Economía y 97,63% en el grado en Administración y Dirección de Empresas. Por lo que la previsión para el Máster parece razonable.

8.2. Procedimiento general de la Universidad de Girona para valorar el progreso y resultado de aprendizaje de los estudiantes:

La Universidad de Girona dispone de un SGIC aprobado por la Agencia para la Calidad del Sistema Universitario de Catalunya (AQU Catalunya) para el diseño e implementación del Sistema de aseguramiento de la calidad.

Este sistema recoge una serie de 30 procesos enmarcados en las directrices definidas por el programa AUDIT.

Los primeros pasos en la implementación de este sistema de garantía de calidad fueron el acuerdo para la Creación de la comisión de calidad (CQ) y aprobación de su reglamento de organización y funcionamiento, aprobado en el Consejo de Gobierno nº 4/10, de 29 de abril de 2010, y el acuerdo de aprobación del Reglamento de organización y funcionamiento de la estructura responsable del sistema de gestión interno de la calidad (SGIC) de los

estudios de la Universidad de Girona, del Consejo de Gobierno de 28 de octubre de 2010.

Posteriormente y atendiendo a los cambios en la visión del marco VSMA, en el cual se da una importancia primordial tanto a la acreditación de los estudios como al seguimiento que debe realizarse para poder alcanzar esta acreditación sin dificultades, la Universidad consideró conveniente modificar esta estructura y crear las comisiones de calidad de centro que son las encargadas del seguimiento de la calidad de las titulaciones y del despliegue del SGIC en el centro. Este cambio se realizó con la aprobación del *Reglamento de organización y funcionamiento de las estructuras responsables de la calidad de los estudios de los centros docentes de la Universitat de Girona* en la sesión 4/15 de 28 de mayo del Consejo de Gobierno de la Universidad.

Para realizar este seguimiento la Universidad de Girona sigue las disposiciones de la *Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU Catalunya)* y analiza las evidencias e indicadores necesarios en base a 6 estándares de acreditación:

Calidad del programa formativo

Pertinencia de la información pública

Eficacia del sistema de garantía interna de la calidad de la titulación

Adecuación del profesorado al programa formativo

Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje

Calidad de los resultados de los programas formativos

Las evidencias e indicadores que se analizan son las que se solicitan en el documento de AQU Catalunya *Evidencias e indicadores recomendados para la acreditación de grados y másteres*, así como todos aquellos que el centro crea necesarios.

Los informes de seguimiento, pues, analizan con detenimiento los resultados de aprendizaje de los estudiantes en el estándar 6. Para ello se cuenta con datos de las principales tasas de resultados (tasa de rendimiento, tasa de eficiencia, tasa de graduación, tasa de abandono, tiempo medio de graduación...) así como información detallada de cada una de las asignaturas.

Dentro de los indicadores de resultados debe tenerse en cuenta también los datos sobre la inserción laboral de los titulados. Para ello se cuenta con la información procedente de los informes periódicos de inserción laboral que lleva a cabo AQU Catalunya, junto con los Consejos Sociales de las universidades catalanas. Actualmente se cuenta ya con 6 estudios desde el año 2001 al 2017 aunque los másteres se incorporaron únicamente en las dos

últimas ediciones. Estos estudios ofrecen información no sólo del estado de ocupación de los egresados sino también de su satisfacción con los estudios y de la utilidad de la formación recibida.

A partir de estos informes de acreditación y seguimiento, la Comisión de Calidad del centro docente establece un Plan de Mejora en el cual se establecen los objetivos de mejora y las acciones que se deben llevar a cabo para alcanzarlos. Este Plan de Mejora es aprobado por Junta de centro y es público en la página web de calidad de la Universidad.

Este proceso de detección de áreas de mejora e implementación de medidas correctoras se encuentra descrito en los diferentes procedimientos del Sistema de Garantía Interna de Calidad de la UdG:

- P4 Seguimiento de los resultados y mejora de la titulación
- P21 Evaluación de la inserción
- P28 Acreditación de titulaciones
- P29 Revisión del SGIC
- P31 Gestión de la mejora de los centros docentes

9. Sistema de garantía de calidad

<http://www.udg.edu/udgqualitat/Sistemainterndegarantiadelaqualitat/SIGQalaUdG/tabid/16273/language/ca-ES/Default.aspx>

10. Calendario de implantación

Esta memoria justifica que la facultad y los departamentos implicados disponen de los recursos necesarios para impartirlo en el próximo curso.

10.1. Cronograma de implantación de la titulación:

Año académico	Curso
2019-2020	Completo
Sucesivos	Completo

10.2. Procedimiento de adaptación al nuevo plan de estudios por parte de los estudiantes procedentes de la anterior ordenación universitaria:

No hay ninguna adaptación que deba ser prevista.

10.3. Enseñanzas que se extinguen por la implantación del correspondiente título propuesto:

No se da el caso de ninguna extinción.

3.1. Objetivos y competencias generales de la titulación:

3.1.2. Competencias generales y específicas:

3.1.2.1. Competencias generales:

Relacionar todas las competencias generales

código	CG.1.	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
	CG.2.	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
	CG.3.	Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
	CG.4.	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
	CG.5.	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

3.1.2.2. Competencias específicas:

Relacionar todas las competencias específicas

código	CE.1.	Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
	CE.2.	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.
	CE.3.	Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
	CE.4.	Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa
	CE.5.	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.
	CE.6.	Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.
	CE.7.	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
	CE.8.	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.
	CE.9.	Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS

Relacionar todas las actividades formativas

- 1 Clase expositiva
- 2 Clase práctica
- 3 Clase participativa
- 4 Estudio/Análisis/Resolución de casos
- 5 Seminario
- 6 Lectura y comentario de texto
- 7 Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)
- 8 Exposición oral
- 9 Tutoría
- 10 Prácticas en empresas o instituciones
- 11 Trabajo final de máster

5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacionar todas las metodologías docentes

- 1 Clase magistral
- 2 Clase práctica
- 3 Clase participativa
- 4 Clase invertida
- 5 Comentario de texto
- 6 Aprendizaje colaborativo y cooperativo
- 7 Aprendizaje basado en problemas
- 8 Tutoría
- 9 Presentación de trabajos individuales
- 10 Presentación de trabajos en grupo
- 11 Resolución de ejercicios
- 12 Aprendizaje reflexivo

5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Relacionar todos los sistemas de evaluación

- 1 Examen o prueba de evaluación
- 2 Trabajo cooperativo
- 3 Presentación oral
- 4 Estudio/Análisis/Resolución de casos
- 5 Presentación de trabajos
- 6 Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios
- 7 Exposición y defensa oral
- 8 Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.

5.5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.1.1. Conocer los paradigmas esenciales y las tendencias actuales sobre la empresa.
 RA.CG.1.2. Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.
- RA.CG.2.1 Capacidad para encontrar datos o generarlos, comprendiendo las limitaciones tanto de la falta de información como de los datos masivos (Big Data)
 RA.CG.2.2 Capacidad para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
- RA.CG.3.1. Dominar las técnicas de comunicación oral para expresar en público informes, ideas, conceptos y opiniones propias.
 RA.CG.3.2. Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.
- RA.CG.4.1. Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
 RA.CG.4.2. Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
- RA.CG.5.1. Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.
 RA.CG.5.2. Adquirir la habilidad de formularse preguntas, identificar un marco de análisis y buscar respuestas en expertos y, sobre todo, de manera autónoma.
- RA.CE.1.1.1. Capacidad de analizar la evolución macroeconómica.
 RA.CE.1.1.2. Capacidad de analizar la evolución de un entorno empresarial para tomar decisiones fundamentadas.
 RA.CE.1.1.3. Capacidad de incorporar la perspectiva histórica y social en el análisis.
- RA.CE.2.1.1. Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.
 RA.CE.2.2.2. Capacidad de evaluar las consecuencias de las acciones públicas y los movimientos sociales.
- RA.CE.3.1. Valorar de manera rigurosa y crítica los estudios aplicados.
 RA.CE.3.2. Capacidad de diseñar un proyecto de investigación.
- RA.CE.4.1. Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.
 RA.CE.4.2. Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.
- RA.CE.5.1. Adquirir prácticas de uso y construcción de sistemas de inteligencia de negocio.
 RA.CE.5.2. Capacidad de aplicar sistemas a nuevos negocios y en entornos inciertos y multiculturales.
- RA.CE.6.1. Capacidad para seleccionar los indicadores económicos, contables, financieros y de gestión adecuados para el estudio de problemas empresariales.
 RA.CE.6.2. Habilidad para interpretar los indicadores.
 RA.CE.6.3. Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.
- RA.CE.7.1. Habilidad para interpretar las normas económicas y jurídicas relevantes para la contratación internacional.
 RA.CE.7.2. Capacidad para identificar y valorar los recursos y capacidades organizativas de la empresa.
 RA.CE.7.3. Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.
- RA.CE.8.1. Capacidad para identificar mercados: segmentación, internacionalización y nivel de competencia.
 RA.CE.8.2. Identificar las características competitivas del entorno.
 RA.CE.8.3. Habilidad para definir estrategias empresariales en distintos tipos de mercados.
- RA.CE.9.1. Capacidad de liderar equipos de trabajo en entornos organizativos.
 RA.CE.9.2. Identificar y analizar los factores relevantes para la fijación de las estrategias necesarias para la dirección.
 RA.CE.9.3. Capacidad para aplicar las habilidades directivas necesarias en los distintos ámbitos de la empresa.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.5 NIVEL 1 : NOMBRE DEL MÓDULO

ECONOMIA I EMPRESA/ECONOMÍA Y EMPRESA/BUSINESS ECONOMICS

català/castellà/anglès

5.5.1 Datos básicos del módulo

5.5.1.1 Datos básicos del nivel 2

Relacione el carácter, rama y materia del módulo. Añada tantas filas como sean necesarias. Ver hoja "CUADROS" en este mismo documento.

CARÁCTER	RAMA	MATERIA	RAMA2	MATERIA2
Obligatoria			Ciencias sociales y jurídicas	Economía
				Empresa

ETCS MATERIA

30 Indique el número de créditos ECTS

DESPLIEGUE TEMPORAL:

distribución por semestre de los créditos ECTS

ECTS semestral 1	30	ECTS semestral 3	
ECTS semestral 2		ECTS semestral 4	
ECTS semestral 5		ECTS semestral 7	
ECTS semestral 6		ECTS semestral 8	
ECTS semestral 9		ECTS semestral 11	
ECTS semestral 10		ECTS semestral 12	

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Castellano si
Catalán si
Inglés si
Francés no
Otras (indique cuales)

5.5.1.3 CONTENIDOS

Especifique los contenidos básicos del módulo

En este módulo el estudiante aprenderá a usar técnicas avanzadas y a aplicar modelos económicos para los análisis: estadísticos de datos, de indicadores empresariales, de mercados y competencia, de indicadores de entorno económico y de modelos de organización.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.1.	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
CG.2.	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
CG.3.	Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
CG.4.	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
CG.5.	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

5.5.1.5.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

5.5.1.5.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.1.	Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
CE.2.	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.
CE.3.	Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
CE.4.	Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa
CE.5.	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.
CE.6.	Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.
CE.7.	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
CE.8.	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.

CE.9. Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD (0%-100%)
Clase expositiva	171	Ejemplo
Clase práctica	45	
Clase participativa	50	
Estudio/Análisis/Resolución de casos	94	
Lectura y comentario de texto	88	
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	179	
Exposición oral	5	
Tutoría	118	

750

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral
Clase práctica
Resolución de ejercicios
Presentación de trabajos en grupo
Tutoría
Clase participativa
Comentario de texto
Resolución de ejercicios
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Aprendizaje basado en problemas
Clase invertida
Presentación de trabajos individuales
Comentario de texto
Aprendizaje reflexivo

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Presentación/entrega/resolución de ejercicios	10	50
Presentación de trabajos	10	60
Exposición y defensa oral	10	30
Examen o prueba de evaluación	20	70
Trabajo cooperativo	10	20

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

1

Nombre del módulo

ECONOMÍA Y EMPRESA

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

EINES QUANTITATIVES PER A L'ANÀLISI DE DADES MASSIVES (BIG DATA)

Nombre en castellano:

INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS MASIVOS (BIG DATA)

Nombre en inglés:

QUANTITATIVE INSTRUMENTS FOR THE ANALYSIS OF BIG DATA

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

Caràcter (OB / Opt)

Obligatorio

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ anual

☐ 1º

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ETCS

☐ semestral

curso	semestre	ETCS
	ECTS semestral 1	6
1º	ECTS semestral 2	
	ECTS semestral 5	
3º	ECTS semestral 6	
	ECTS semestral 9	
5º	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ETCS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.2.1 Capacidad para encontrar datos o generarlos, comprendiendo las limitaciones tanto de la falta de información como de los datos masivos (Big Data)
- RA.CG.2.2 Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
- RA.CG.3.1. Dominar las técnicas de comunicación oral para expresar en público informes, ideas, conceptos y opiniones propias.
- RA.CG.3.2. Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.
- RA.CG.4.2. Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
- RA.CE.4.1. Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.
- RA.CE.5.1. Adquirir prácticas de uso y construcción de sistemas de inteligencia de negocio.
- RA.CE.5.2. Capacidad de aplicar sistemas a nuevos negocios y en entornos inciertos y multiculturales.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Definició, tipologia i font de les dades massives (Big Data). Transformació de les dades massives. Tècniques, eines i mètodes avançats d'anàlisi: anàlisi estadística (mètodes d'associació i d'agrupació); mineria de dades; anàlisi de texts; tècniques de visualització.

En castellano

Definición, tipología y fuente de los datos masivos (Big Data). Transformación de los datos masivos. Técnicas, instrumentos y métodos avanzados de análisis: análisis estadístico (métodos de asociación y de agrupación); minería de datos; análisis de textos; técnicas de visualización.

En inglés

Definition, typology and sources of Big Data. Transformation of Big Data. Techniques, tools and advanced methods of analysis: Statistical analysis (methods of association and clustering); data mining; text analytics; techniques of visualization.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- C.G.2 Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial
- C.G.3 Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
- C.G.4 Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

- C.E.4 Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa.
- C.E.5 Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase participativa	50	40%
Tutoría	80	8%
Estudio/Análisis/Resolución de casos	20	50%
	150	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral
Clase práctica
Resolución de ejercicios
Presentación de trabajos en grupo
Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios	10	40
Presentación de trabajos	40	60
Exposición y defensa oral	20	30

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

1

Nombre del módulo

ECONOMÍA Y EMPRESA

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

INDICADORS EMPRESARIALS: COMPTABILITAT I GESTIÓ

Nombre en castellano:

INDICADORES EMPRESARIALES: CONTABILIDAD Y GESTIÓN

Nombre en inglés:

BUSINESS INDICATORS: ACCOUNTING AND MANAGEMENT

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

| 5

Caràcter (OB / Opt)

Obligatorio

Básico, Oligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Indique la distribución por semestre de los créditos ETCS

curso	semestre	ETCS
	ECTS semestral 1	
1º	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ETCS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.2.2 Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos
- RA.CG.3.2 Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.
- RA.CE.1.2 Capacidad de analizar la evolución de un entorno empresarial para tomar decisiones fundamentadas.
- RA.CE.6.1 Capacidad para seleccionar los indicadores económicos, contables, financieros y de gestión adecuados para el estudio de problemas empresariales.
- RA.CE.6.2 Habilidad para interpretar los indicadores.
- RA.CE.6.3 Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.
- RA.CE.7.1 Habilidad para interpretar las normas económicas y jurídicas relevantes para la contratación internacional.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

L'objectiu de l'assignatura és introduir els estudiants en la utilització de la informació comptable a través de l'estudi de les bases de dades comptables, tant privades com públiques, i dels indicadors necessaris per al seu anàlisi. L'estudi comprendrà tant l'anàlisi de petites i mitjanes empreses com els grups empresarials que cotitzen a borsa.

En castellano

El objetivo de la asignatura es introducir a los estudiantes en la utilización de la información contable a través del estudio de las bases de datos contables, tanto privadas como públicas, y los indicadores necesarios para su análisis. El estudio comprenderá tanto el análisis de pequeñas y medianas empresas como los grupos empresariales que cotizan en bolsa.

En inglés

The goal of the subject is to introduce students to the use of accounting information through the study of the accounting databases, both private and public, and the indicators necessary for their analysis. The study will include both the analysis of small and medium-sized companies and the listed business groups.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- C.G.2 Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
- C.G.3 Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

- CE.1 Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones
- CE.6 Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes par analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.
- CE.7 Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	16	100%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	60	10%
Estudio/Análisis/Resolución de casos	74	20%
	150	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral
Clase práctica
Tutoría
Presentación de trabajos en grupo

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen o prueba de evaluación	20	40
Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios	20	40

Presentación de trabajos	20	20
Exposición y defensa oral	10	20

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

1

Nombre del módulo

ECONOMÍA Y EMPRESA

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Nombre en castellano:

Nombre en inglés:

ANÀLISI DE L'ENTORN ECONÒMIC PER A LA PRESA DE DECISIONS
ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO PARA LA TOMA DE DECISIONES
ECONOMIC ANALYSIS FOR DECISION MAKING

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Organització temporal

☐ 1º ☐ 4º ☐ 5

Caràcter (OB / Opt)

Obligatorio

Bàsico, Obligatorio, Optativo, Pràctiques externes, Treball final de grau

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1	6
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.1.1 Conocer los paradigmas esenciales y las tendencias actuales sobre la empresa.
- RA.CG.1.2 Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.
- RA.CG.4.1 Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
- RA.CG.4.2 Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
- RA.CG.5.1 Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.
- RA.CG.5.2 Adquirir la habilidad de formularse preguntas, identificar un marco de análisis y buscar respuestas en expertos y, sobre todo, de manera autónoma.
- RA.CE.1.1 Capacidad de analizar la evolución macroeconómica.
- RA.CE.1.2 Capacidad de analizar la evolución de un entorno empresarial para tomar decisiones fundamentadas.
- RA.CE.1.3 Capacidad de incorporar la perspectiva histórica y social en el análisis.
- RA.CE.3.1 Valorar de manera rigurosa y crítica los estudios aplicados.
- RA.CE.3.2 Capacidad de diseñar un proyecto de investigación.
- RA.CE.4.1 Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.
- RA.CE.4.2 Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Crisis, expansions i polítiques econòmiques. Principals agregats econòmics. Indicadors avançats de l'entorn econòmic. Anàlisi de les polítiques econòmiques. Models d'anàlisi i predicció econòmica.

En castellano

Crisis, expansiones y políticas económicas en persepectiva histórica. Principales agregados económicos. Indicadores adelantados del entorno económico. Análisis de las políticas económicas. Modelos de análisis y predicción económica.

En inglés

Crisis, expansions and economic policies in historical perspective. Main economic aggregates. Leading indicators of the economy. Analysis of economic policies. Models of analysis and economic forecast.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la comptencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- CG.1 Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
- CG.4 Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
- CG.5

Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la comptencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la comptencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

- CE.1 Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
- CE.3 Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
- CE.4 Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	100	30%
Clase práctica	15	50%
Lectura y comentario de texto	10	0%
Tutoría	25	20%
	150	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

- Clase magistral
- Clases práctica
- Clase participativa
- Comentario de texto
- Tutoría

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación		Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación		40	70
Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios		30	50

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

1

Nombre del módulo

ECONOMÍA Y EMPRESA

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Anàlisi de mercats i de la competència

Nombre en castellano:

Análisis de los mercados y de la competencia

Nombre en inglés:

Markets and Competition

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Caràcter (OB / Opt)

Obligatorio

Bàsic, Obligatori, Optatiu, Pràctiques externes, Treball de grau

Organització temporal

☒ anual

☐ 1º

☐ 2º

☐ 4º

☐ 5º

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos

☐ semestral

curso	semestre	ETCS
1º	ECTS semestral 1	6
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ETCS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.1.1. Conocer los paradigmas esenciales y las tendencias actuales sobre la empresa.
- RA.CG.2.2. Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
- RA.CE.2.1. Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.
- RA.CE.7.2. Capacidad para identificar y valorar los recursos y capacidades organizativas de la empresa.
- RA.CE.8.1. Capacidad para identificar mercados: segmentación, internacionalización y nivel de competencia.
- RA.CE.8.2. Identificar las características competitivas del entorno.
- RA.CE.8.3. Habilidad para definir estrategias empresariales en distintos tipos de mercados.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Poder de monopoli, Discriminació de preus (preu linial i selecció adversa), Oigopoly (jocs estàtics i dinàmics), les estratègies anticompetitives (limitació de preus, la depredació, la col·lisió, la dissuasió d'entrada), Fusions (incentius horitzontals verticals interns), Xarxes (externalitats positives, economia d'Internet), Regulació (per subvencions i incentius fiscals, captura del regulador)

En castellano

Poder de monopolio, Discriminación de precios (precio linial y selección adversa), Oligopolio (juegos estáticos y dinámicos), estrategias anticompetitivas (limitación de precios, depredación, colusión, disuasión de entrada), Fusiones (incentivos horizontales verticales internos), Redes (externalidades positivas, economía de Internet), Regulación (captura del regulador, incentivos debidos a subsidios y impuestos)

En inglés

Monopoly Power, Price Discrimination (lineal pricing and adverse selection), Oigopoly (static and dynamic games), Anticompetitive strategies (limit pricing, predation, collusion, entry deterrence), Mergers (horizontal, vertical, internal incentives), Networks (positive externalities, internet economics), Regulation (subsidies and tax incentives, regulatory capture)

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- CG.1 Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
- CG.2 Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

- CE.2 Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.CE7
- CE.7 Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
- CE.8 Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas

Horas

Presencialidad (0%-100%)

Clase expositiva	25	100%
Clase práctica	15	100%
Lectura y comentario de texto	38	0%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	64	0%
Tutoría	8	100%
	150	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral
Resolución de ejercicios
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Aprendizaje basado en problemas
Clase invertida

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen o prueba de evaluación	50	60
Exposición y defensa oral	10	20
Trabajo cooperativo	10	20
Presentación de trabajos	10	20

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

1

Nombre del módulo

ECONOMÍA Y EMPRESA

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Mercats i Organitzacions

Nombre en castellano:

Mercados y organizaciones

Nombre en inglés:

Markets and Organizations

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

Carácter (OB / Opt)

Obligatorio

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐ 2º

☐ 4º

☐ 5º

☐ 6º

Indique la distribución por
semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1 ECTS semestral 2	6
3	ECTS semestral 5 ECTS semestral 6	
5	ECTS semestral 9 ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2	ECTS semestral 3 ECTS semestral 4	
4	ECTS semestral 7 ECTS semestral 8	
6	ECTS semestral 11 ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.1.2	Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.
RA.CG.3.2	Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.
RA.CG.5.1	Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.
RA.CG.5.2	Adquirir la habilidad de formularse preguntas, identificar un marco de análisis y buscar respuestas en expertos y, sobre todo, de manera autónoma.
RA.CE.2.1	Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.
RA.CE.2.2	Capacidad de evaluar las consecuencias de las acciones públicas y los movimientos sociales.
RA.CE.5.2.	Capacidad de aplicar sistemas a nuevos negocios y en entornos inciertos y multiculturales.
RA.CE.7.3	Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.
RA.CE.9.1	Capacidad de liderar equipos de trabajo en entornos organizativos.
RA.CE.9.2	Identificar y analizar los factores relevantes para la fijación de las estrategias necesarias para la dirección.
RA.CE.9.3	Capacidad para aplicar las habilidades directivas necesarias en los distintos ámbitos de la empresa.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

L'organització social de les empreses i dels mercats. Les organitzacions com a sistemes socials. L'acció econòmica socialment orientada: La qüestió de la imbricació economia-societat. Capital social i xarxes socials. Mercats, actors públics i moviments socials. Regulació, normativa, costums i acció social. L'estil de vida com a articulador entre persona i mercat. L'organització global: principals característiques i tendències. Les organitzacions en els mercats emergents. Les organitzacions en els mercats digitals. Els canvis estructurals i culturals en les organitzacions: el rol de les TIC.

En castellano

La organización social de las empresas y de los mercados. Las organizaciones como sistemas sociales. La acción económica socialmente orientada: La cuestión de la imbricación economía-sociedad. Capital social y redes sociales. Mercados, actores públicos y movimientos sociales. Regulación, normativa, costumbres y acción social. El estilo de vida como articulador entre persona y mercado. La organización global: principales características y tendencias. Las organizaciones en los mercados emergentes. Las organizaciones en los mercados digitales. Los cambios estructurales y culturales en las organizaciones: el papel de las TIC.

En inglés

I. The social organization of firms and markets. Organizations as social systems. Economic action socially oriented: The Economy-Society embeddedness question. Social capital and social networks. Markets, public actors and social movements. Regulation, normative, customs and social action. Lifestyle as person and market articulator. The global organization: main features and trends. Organizations in emerging markets. Structural and cultural changes in organizations: the role of ICTs

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.1	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
CG.3	Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
CG.5	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.2	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.
CE.5	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.
CE.7	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
CE.9	Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	30	50%
Clase práctica	15	25%
Lectura y comentario de texto	40	25%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	55	0%
Exposición oral	5	100%
Tutoría	5	100%
	150	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral

Clase práctica

Presentación de trabajos individuales

Comentario de texto

Aprendizaje reflexivo

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	60	70%
Presentación de trabajos	30	40%

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.5 NIVEL 1 : NOMBRE DEL MÓDULO

OPTATIVES D'ESPECIALITAT/OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD/OPTIONAL SUBJECTS

català/castellà/anglès

5.5.1 Datos básicos del módulo

5.5.1.1 Datos básicos del nivel 2

Relacione el carácter, rama y materia del módulo. Añada tantas filas como sean necesarias. Ver hoja "CUADROS" en este mismo documento.

CARÁCTER	RAMA	MATERIA	RAMA2	MATERIA2
Optativa			Ciencias sociales y jurídicas	Economía
				Empresa

ETCS MATERIA

18

Indique el número de créditos ECTS

DESPLIEGUE TEMPORAL:

distribución por semestre de los créditos ECTS

ECTS semestral 1		ECTS semestral 3	
ECTS semestral 2	18	ECTS semestral 4	
ECTS semestral 5		ECTS semestral 7	
ECTS semestral 6		ECTS semestral 8	
ECTS semestral 9		ECTS semestral 11	
ECTS semestral 10		ECTS semestral 12	

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Castellano si
Catalán si
Inglés si
Francés no
Otras (indique cuales)

5.5.1.3 CONTENIDOS

Especifique los contenidos básicos del módulo

En este módulo el estudiante escogerá entre un perfil profesional que le conducirá a distintas especialidades de la alta dirección de empresas o entre un perfil investigador en el ámbito de la economía y/o la empresa.

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.1.	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
CG.2.	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
CG.3.	Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
CG.4.	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
CG.5.	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

5.5.1.5.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

5.5.1.5.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.1.	Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
CE.2.	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.
CE.3.	Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
CE.4.	Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa
CE.5.	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.
CE.6.	Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.
CE.7.	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
CE.8.	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.

CE.9. Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD (0%-100%)	Ejemplo
Clase expositiva	145	100%	
Clase práctica	73		
Clase participativa	182		
Estudio/Análisis/Resolución de casos	232		
Seminario	40		
Lectura y comentario de texto	53		
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual en grupo)	390		
Exposición oral	15		
Tutoría	250		
Prácticas en empresas o instituciones	450		

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral
Clase práctica
Clase participativa
Clase invertida
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Aprendizaje basado en problemas
Tutoría
Presentación de trabajos individuales
Presentación de trabajos en grupo
Aprendizaje reflexivo
Clase en el aula informática

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Examen o prueba de evaluación	0	70
Presentación oral	10	40
Estudio/Análisis/Resolución de casos	20	60
Presentación de trabajos	10	70
Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios	10	70
Exposición y defensa oral	10	50
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	0	75

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2 Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Comptabilitat per a l'empresa internacional

Nombre en castellano:

Contabilidad para la empresa internacional

Nombre en inglés:

Accounting for the international company

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

| 5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	
	ECTS semestral 2	3
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.2.2

Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.

RA.CG.4.1

Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco aplicado del trabajo.

RA.CE.1.2

Capacidad de analizar la evolución de un entorno empresarial para tomar decisiones fundamentales.

RA.CE.2.1

Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

L'objectiu de l'assignatura es que els estudiants coneguin i apliquin les Normes Internacionals d'Informació Financera en el registre de les operacions empresarials. També es presenten els organismes emissors d'aquestes normes.

En castellano

El objetivo de la asignatura es que los estudiantes conozcan y apliquen las Normas Internacionales de Información Financiera en el registro de las operaciones empresariales. También se presentan los organismos emisores de estas normas.

En inglés

The objective of the subject is that students know and apply International Financial Reporting Standards in the registration of business operations. The issuing bodies of these standards are also presented.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la comptencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.2

Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes y analizarlos para estudiar un problema empresarial.

CG.4

Elaborar informes a partir del conocimiento y analisis crítico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la comptencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la comptencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.1

Integrar conocimientos, también des de una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.

CE.2

Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	10	100%
Tutoría	30	10%
Elaboración de informes	20	10%
Clase práctica	15	40%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes
Clase magistral
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Aprendizaje basado en problemas
Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	10	30
Resolución de ejercicios	20	40
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	30	60

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

DECISIONS D'INVERSIÓ

Nombre en castellano:

DECISIONES DE INVERSIÓN

Nombre en inglés:

CAPITAL BUDGETING

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ anual

☐ 1º

☐

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

☐ semestral

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1	
	ECTS semestral 2	3
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.2.2 Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
- RA.CE.4.1 Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.
- RA.CE.6.1 Capacidad para seleccionar los indicadores económicos, contables, financieros y de gestión adecuados para el estudio de problemas empresariales.
- RA.CE.6.2 Habilidad para interpretar los indicadores.
- RA.CE.6.3 Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

L'objectiu d'aquesta assignatura és l'anàlisi del pressupost d'inversió centrat en la selecció de la informació rellevant sobre els projectes d'inversió i els mètodes per avaluar la seva capacitat de creació de valor.

En castellano

El objetivo de esta asignatura es el análisis del presupuesto de inversión centrado en la selección de la información relevante sobre los proyectos de inversión y los métodos para evaluar su capacidad de creación de valor.

En inglés

The goal of this subject is capital budgeting analysis centring on selecting the relevant information about investment projects and the methods for evaluating their value creation capacity.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- CG.2 Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

- CE.4 Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa

- CE.6 Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	5	100%
Clase práctica	15	60%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	10	50%
Estudio/Análisis/Resolución de casos	45	0
	75	

--	--	--

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Aprendizaje reflexivo

Aprendizaje colaborativo y cooperativo

Clase invertida

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	30	60
Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios	50	70
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	20	50

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Direcció Estratègica de PIME

Nombre en castellano:

Dirección Estratégica de PYME

Nombre en inglés:

Strategic Management of SME

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☒

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	3
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.1.1.	Conocer los paradigmas esenciales y las tendencias actuales sobre la empresa.
RA.CG.5.1.	Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.
RA.CE.5.2	Capacidad de aplicar sistemas a nuevos negocios y en entornos inciertos y multiculturales.
RA.CE.7.2	Capacidad para identificar y valorar los recursos y capacidades organizativas de la empresa.
RA.CE.7.3	Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.
RA.CE.9.2	Identificar y analizar los factores relevantes para la fijación de las estrategias necesarias para la dirección.
RA.CE.9.3	Capacidad para aplicar las habilidades directivas necesarias en los distintos ámbitos de la empresa.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Aquesta assignatura té per objectiu que els estudiants entenguin els condicionants específics de les PIME en els aspectes relatius a la direcció estratègica, és a dir, per a la construcció del seu avantatge competitiu, el disseny del seu model de negoci i el disseny i implementació de la estratègia. La comprensió de les seves característiques internes serà la base per comprendre la seva capacitat de competir els mercats. S'estudiaran especialment els reptes dels grans fenòmens de l'entorn, com la globalització dels mercats i la digitalització.

En castellano

Esta asignatura tiene como objetivo que los estudiantes comprendan los condicionantes específicos de las PIMES en los aspectos relativos a la dirección estratégica, es decir para la construcción de su ventaja competitiva, el diseño de su modelo de negocio y el diseño e implementación de la estrategia. La comprensión de sus características internas será la base para comprender su capacidad de competir en sus mercados. Se estudiarán especialmente los retos de los grandes fenómenos del entorno, como la globalización de los mercados y la digitalización.

En inglés

The goal of this subject is that students understand the specific conditions of small and medium sized enterprises in the aspects related to strategic direction, to building their competitive advantage, to designing their business model and ultimately to designing and implementing their strategy. Understanding their internal characteristics will be the basis for assessing their ability to compete in their markets. The challenges of major environmental phenomena, such as the globalization of markets and digitization, will be specially studied.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.1	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
CG.5	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.5	Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.
CE.7	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
CE.9	Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	15	100%
Clase práctica	7	100%
Lectura y comentario de texto	3	66%
Elaboración de trabajos	45	0%
Tutoría	5	100%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Aprendizaje basado en problemas			
Aprendizaje colaborativo y cooperativo			
Clase participativa			
Clase práctica			
Tutoría			

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	60	70%
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	30	40%

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Internacionalització de l'empresa

Nombre en castellano:

Internacionalización de la empresa

Nombre en inglés:

Business internationalization

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☒

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ETCS
1º	ECTS semestral 1	3
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ETCS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG. 3.1

Dominar las técnicas de comunicación oral para expresar en público informes, ideas, conceptos y opiniones propias.

RA.CG.3.2

Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.

RA.CE.2.1

Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.

RA.CE.2.2

Capacidad de evaluar las consecuencias de las acciones públicas y los movimientos sociales.

RA.CE.7.1

Habilidad para interpretar las normas económicas y jurídicas relevantes para la contratación internacional.

RA.CE.8.1

Capacidad para identificar mercados: segmentación, internacionalización y nivel de competencia.

RA.CE.8.3

Habilidad para definir estrategias empresariales en distintos tipos de mercados.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

L'assignatura pretén desenvolupar el marc per a la presa de decisions empresarials davant un context internacional. La creixent globalització dels mercats genera oportunitats i necessitats d'internacionalitzar les empreses. Els gestors empresarials han de conèixer les possibilitats i els reptes dels negocis internacionals, comprenent els aspectes clau per a la competitivitat en mercats internacionals i la importància de la creativitat i la innovació per crear valor en aquests mercats. Han de saber integrar les variables internacionals en l'anàlisi estratègica i en la formulació d'estratègies empresarials. Han de comprendre i saber avaluar la globalització dels mercats, i comprendre el concepte de "born global". Pel que fa a alternatives o fases de la internacionalització, han de saber avaluar les diferents possibilitats, des de l'exportació fins a la inversió directa a l'estranger.

En castellano

La asignatura pretende desarrollar el marco para la toma de decisiones empresariales ante un contexto internacional. La creciente globalización de los mercados genera oportunidades y necesidades de internacionalizar las empresas. Los gestores empresariales deben conocer las posibilidades y los retos de los negocios internacionales, comprendiendo los aspectos clave para la competitividad en mercados internacionales y la importancia de la creatividad y la innovación para crear valor en estos mercados. Deben saber integrar las variables internacionales en el análisis estratégico y en la formulación de estrategias empresariales. Deben comprender y saber evaluar la globalización de los mercados, y comprender el concepto de "born global". En cuanto a alternativas o fases de la internacionalización, deben saber barajar las distintas posibilidades, desde la exportación hasta la inversión directa en el extranjero.

En inglés

The subject aims at providing a framework for taking business decisions in an international context. Increasing market globalization generates opportunities and triggers a need to internationalize. Business managers should learn about the possibilities and challenges of international business, including the key aspects for competitiveness in international markets and the importance of creativity and innovation to create value in these markets. They must know how to integrate international variables into strategic analysis and in the formulation of business strategies. They have to understand and know how to assess the globalization of markets, and understand the concept of "born global." With regard to alternatives or phases of internationalization, they will learn how to evaluate the different possibilities, from exports to direct investment abroad.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.3

Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.2

Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.

CE.7

Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.

CE.8

Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	20	70%

Elaboración de informes	50	10%
Seminario	5	50%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase participativa
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Clase práctica
Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	0	30
Estudio/Análisis/ Resolución de casos	30	60
Presentación oral	10	30
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	0	20

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Contractació internacional, dret i empresa

Nombre en castellano:

Contratación internacional, derecho y empresa

Nombre en inglés:

International Contracts, Law and Business

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	
	ECTS semestral 2	3
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.4.1

Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.

RA.CG.4.2

Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.

RA.CE.6.3

Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.

RA.CE.7.1

Habilidad para interpretar las normas económicas y jurídicas relevantes para la contratación internacional.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

1. El procés de formació del contracte en la contractació internacional: oferta i acceptació; contingut del contracte; la falta de conformitat de les mercaderies i els remeis enfront de la falta de conformitat. Anàlisi especial de la Convenció de Viena sobre compravenda internacional de mercaderies. 2. Aspectes bàsics de la responsabilitat contractual i extracontractual dels empresaris: el sistema de garanties en les vendes de béns de consum (anàlisi de la Directiva Europea 1999/44/CEE) i la responsabilitat del fabricant per productes defectuosos (anàlisi de la Directiva Europea 1985/374/CEE).

En castellano

1. El proceso de formación del contrato en la contratación internacional: oferta y aceptación; contenido del contrato; la falta de conformidad de las mercaderías y los remedios frente a la falta de conformidad. Análisis especial de la Convención de Viena sobre compraventa internacional de mercaderías. 2. Aspectos básicos de la responsabilidad contractual y extracontractual de los empresarios: el sistema de garantías en las ventas de bienes de consumo (análisis de la Directiva Europea 1999/44/CEE) y de la responsabilidad civil del fabricante por productos defectuosos (análisis de la Directiva Europea 1985/374/CEE).

En inglés

1. The process of formation of an international contract: offer and acceptance; content; conformity of goods and remedies for lack of conformity. Specific analysis of the United Nations Convention for the International Sale of Goods (CISG). 2. Basic rules on contractual liability and tort liability of companies: the European regulation of guarantees in the sale of consumer goods (European Directive 99/44/EC) and liability of producers for defective products (European Directive 85/374/EC).

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.4

Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.6

Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.

CE.7

Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	10	100
Lectura y comentario de textos	10	80
Estudio/Análisis/Resolución de casos	55	5
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral
Clase práctica
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Aprendizaje basado en problemas

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	30	70
Presentación de trabajos	10	30

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Habilitats directives

Nombre en castellano:

Habilidades directivas

Nombre en inglés:

Managerial skills

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Organització temporal

☐ 1º

☒

☐ 4º

| 5

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

☐ 3º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	
	ECTS semestral 2	3
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.3.2. Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.
- RA.CG.5.2. Adquirir la habilidad de formularse preguntas, identificar un marco de análisis y buscar respuestas en expertos y, sobre todo, de manera autónoma.
- RA.CE.2.1. Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.
- RA.CE.5.1. Adquirir prácticas de uso y construcción de sistemas de inteligencia de negocio.
- RA.CE.5.2. Capacidad de aplicar sistemas a nuevos negocios y en entornos inciertos y multiculturales.
- RA.CE.9.1. Capacidad de liderar equipos de trabajo en entornos organizativos.
- RA.CE.9.2. Identificar y analizar los factores relevantes para la fijación de las estrategias necesarias para la dirección.
- RA.CE.9.3. Capacidad para aplicar las habilidades directivas necesarias en los distintos ámbitos de la empresa.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Aquesta assignatura té com a com finalitat proporcionar un conjunt de competències relacionades amb el treball en equip, d'entre les quals destaquen les destinades a la potenciació de la motivació, la gestió de conflictes i la reducció de l'estrès.

En castellano

Esta asignatura tiene como finalidad proporcionar un conjunto de competencias relacionadas con el trabajo en equipo. De entre las cuales destacan las destinadas a la potenciación de la motivación, la gestión de conflictos y la reducción del estrés.

En inglés

This subject aims to provide a set of skills related to teamwork. Among which are those aimed at the enhancement of motivation, conflict management and stress reduction.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.3. Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.

CG.5. Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.2. Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.

CE.5. Usar y construir sistemas de inteligencia de negocio.

CE.9. Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	9	100%
Tutoría	15	60%
Clase participativa	51	10%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Clase participativa
Clase práctica
Presentación de trabajos individuales
Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen o prueba de evaluación	0	20
Estudio de casos	20	40
Presentación oral	20	40
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	30	40

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Lideratge i gestió del talent

Nombre en castellano:

Liderazgo y gestión del talento

Nombre en inglés:

Leadership and talent management

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Carácter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☒

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1	3
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.1.2	Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.
RA.CE.6.2	Habilidad para interpretar los indicadores.
RA.CE.6.3	Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.
RA.CE.7.2	Capacidad para identificar y valorar los recursos y capacidades organizativas de la empresa.
RA.CE.7.3	Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad ambiental.
RA.CE.9.1	Capacidad de liderar equipos de trabajo en entornos organizativos.
RA.CE.9.2	Identificar y analizar los factores relevantes para la fijación de las estrategias necesarias para la dirección.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Aquesta assignatura persegueix desenvolupar en els estudiants les habilitats i competències necessàries per al lideratge i la gestió del talent, mitjançant eines per a la millora i enfortiment de les capacitats personals i professionals, tot destacant la intel·ligència emocional i el coaching.

En castellano

Esta asignatura persigue desarrollar en los estudiantes las habilidades y competencias necesarias para desarrollar el liderazgo y la gestión del talento, proporcionando herramientas encaminadas a la mejora y fortalecimiento de las capacidades personales y profesionales, destacando entre ellas la inteligencia emocional y el coaching.

En inglés

This course aims to develop leadership and talent management skills in students, providing tools useful for improving and strengthening personal and professional skills, including emotional intelligence and coaching.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.1

Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.6

Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.

CE.7

Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.

CE.9

Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	9	100%
Tutoría	15	60%
Clase participativa	51	10%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Aprendizaje basado en problemas
 Aprendizaje colaborativo y cooperativo
 Clase participativa
 Clase práctica
 Presentación de trabajos individuales
 Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	0	20
Estudio de casos	20	40
Presentación oral	20	40
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	30	40

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

RESPONSABILITAT SOCIAL DE L'EMPRESA I DELS EMPRESARIS

Nombre en castellano:

RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA Y DE LOS EMPRESARIOS

Nombre en inglés:

ENTERPRISE AND ENTREPRENEURS' SOCIAL RESPONSIBILITY

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1	3
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.5.1 Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.
- RA.CE. 7.3 Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad ambiental y la responsabilidad social.
- RA.CE.9.3 Capacidad para aplicar las habilidades directivas necesarias en los distintos ámbitos de la empresa.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Ètica i adaptació de les empreses a valors socials. L'enfoc de gènere a les empreses. Competitivitat i equitat. Precarietat o redistribució de la riquesa. La sostenibilitat ambiental. L'adaptació de les empreses als valors ecologistes.

En castellano

Ética y adaptación de las empresas a valores sociales. El enfoque de género en las empresas. Competitividad y equidad. Precariedad o redistribución de la riqueza. La sostenibilidad ambiental. La adaptación de las empresas a los valores ecologistas.

En inglés

Ethics and enterprises adaptation to social values. The gender approach in the enterprises. Competitiveness and equity. Precarity or redistribution of wealth. Environment sustainability. Enterprises adaptation to ecologists values.

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- CG.5 Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o ir

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

- CE.1 Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
- CE.7 Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional.
- CE.9 Diseñar decisiones desde la alta dirección empresarial en los ámbitos relacionados con las diversas materias de empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	15	100%
Clase práctica	8	100%
Lectura y comentario de texto	20	25%
Elaboración de trabajos	30	0%
Tutoría	2	100%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral

Presentación de trabajos individuales

Aprendizaje basado en problemas

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	60	70
Presentación de trabajos	30	40

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

MERCATS EMERGENTS

Nombre en castellano:

MERCADOS EMERGENTES

Nombre en inglés:

EMERGING MARKETS

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1	
	ECTS semestral 2	3
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.1.2 Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.
- RA.CG.2.1 Capacidad para encontrar datos o generarlos, comprendiendo las limitaciones tanto de la falta de información como de los datos masivos (Big Data)
- RA.CG.2.2 Capacidad para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
- RA.CG.4.1 Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
- RA.CE.1.1 Capacidad de analizar la evolución macroeconómica.
- RA.CE.1.2 Capacidad de analizar la evolución de un entorno empresarial para tomar decisiones fundamentadas
- RA.CE.1.3 Capacidad de incorporar la perspectiva histórica y social en el análisis.
- RA.CE.8.2 Identificar las características competitivas del entorno.
- RA.CE.8.3 Habilidad para definir estrategias empresariales en distintos tipos de mercados.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Geografia dels negocis i del creixement econòmic. Globalització i progrés tecnològic. Tendències en l'ordre econòmic global. Cultures de negoci. Perspectives i informes de mercats emergents.

En castellano

Geografía de los negocios y del crecimiento económico. Globalización y progreso tecnológico. Tendencias en el orden económico global. Culturas de negocio. Perspectivas e informes de mercados emergentes.

En inglés

Geography of business and economic growth. Globalization and technological progress. Trends in the global economic order. Business cultures. Prospects and reports on emerging markets.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- CG.1 Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
- CG.2 Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial
- CG.4 Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

- CE.1 Integrar conocimientos, también desde una perspectiva histórica y social, para realizar un diagnóstico del entorno económico o empresarial para la toma de decisiones.
- CE.8 Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	15	100%
Clase práctica	8	100%
Lectura y comentario de texto	20	25%
Elaboración de trabajos	30	0%
Tutoría	2	100%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral

Presentación de trabajos en grupo

Aprendizaje basado en problemas

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	60	70
Presentación de trabajos	30	40

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Màrqueting per a la internacionalització

Nombre en castellano:

Marketing internacional

Nombre en inglés:

International marketing

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐ 2º

☐ 3º

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	3
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.2.2	Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
RA.CG.4.1	Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
RA.CG.4.2	Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
RA.CG.5.2	Adquirir la habilidad de formularse preguntas, identificar un marco de análisis y buscar respuestas en expertos y, sobre todo, de manera autónoma.
RA.CE.2.1	Capacidad de analizar los entornos complejos de una organización que actúa en el mercado global.
RA.CE.7.2	Capacidad para identificar y valorar los recursos y capacidades organizativas de la empresa.
RA.CE.8.1	Capacidad para identificar mercados: segmentación, internacionalización y nivel de competencia.
RA.CE.8.2	Identificar las características competitivas del entorno.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

El màrqueting internacional és una àrea de ràpid creixement dins de les disciplines de màrqueting i negocis internacionals. Central per a la comercialització internacional és la resposta dels compradors internacionals en lloc dels interns en l'entorn de màrqueting, els tipus de decisions que són més factibles i la informació requerida en la presa de decisions. Durant aquest curs, l'estudiant obtindrà coneixements sobre les pressions creades

En castellano

El marketing internacional es un área de rápido crecimiento dentro de las disciplinas de marketing y negocios internacionales. Central para la

En inglés

International marketing is an area of rapid growth within the disciplines of international marketing and business. For international marketing it is crucial

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.2	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema
CG.4	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
CG.5	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.2	Aplicar los conocimientos adquiridos para resolver problemas en contextos nuevos.
CE.7	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto
CE.8	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	12	50%
Estudio/Análisis/Resolución de casos	15	50%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	45	0%
Tutoría	3	100%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

- 1 Clase magistral
- 2 Clase participativa
- 3 Aprendizaje colaborativo y cooperativo

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	30%	50%
Valoración final de informes,	50%	70%

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Estratègies de màrqueting

Nombre en castellano:

Estrategias de marketing

Nombre en inglés:

Marketing strategies

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
	ECTS semestral 1	
	ECTS semestral 2	3
	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.2.2 Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
- RA.CG.4.1 Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
- RA.CG.4.2 Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico
- RA.CG.5.1 Conocer las expectativas que tiene la sociedad sobre la responsabilidad social que deben tener los economistas, empresarios y directivos.
- RA.CE.7.3 Capacidad para distinguir en las empresas los valores dominantes y deseables, promover la igualdad de género y contribuir a la sostenibilidad
- RA.CE.8.1 Capacidad para identificar mercados: segmentación, internacionalización y nivel de competencia
- RA.CE.8.3 Habilidad para definir estrategias empresariales en distintos tipos de mercados.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

L'estratègia de màrqueting té a veure amb les decisions relacionades amb l'oferta de productes i serveis al mercat. Aquestes decisions inclouen els productes que l'empresa desitja vendre als mercats, el posicionament d'aquests productes, i la forma d'organitzar i gestionar la funció de màrqueting i els seus vincles amb altres funcions del negoci amb eficiència i eficàcia. A més, amb la creixent popularitat d'Internet i el creixement de la globalització, la indústria del màrqueting està canviant ràpidament. Les tendències socials exigeixen que es presti més atenció al màrqueting social i la sostenibilitat.

1. Enfocaments de la gestió de Màrqueting
 - a. Del Màrqueting de producte al Màrqueting de relacions
2. Orientació al mercat ('market-driven màrqueting)
3. Màrqueting Estratègic i Màrqueting Operatiu
 - a. Tipologies d'estratègies de màrqueting
 - b. Estratègies de la mescla del màrqueting
4. Màrqueting Social i sostenibilitat

En castellano

La estrategia de marketing tiene que ver con las decisiones relacionadas con la oferta de productos y servicios al mercado. Estas decisiones incluyen los productos que la empresa desea vender en los mercados, el posicionamiento de estos productos, y la forma de organizar y gestionar la función de marketing y sus vínculos con otras funciones del negocio con eficiencia y eficacia. Además, con la creciente popularidad de Internet y el crecimiento de la globalización, la industria del marketing está cambiando rápidamente. Las tendencias sociales exigen que se preste más atención al marketing social y la sostenibilidad.

1. Enfoques de la gestión de Marketing
 - a. Del Marketing de producto al Marketing de relaciones
2. Orientación al mercado ('market-driven marketing)
3. Marketing Estratégico y Marketing Operativo
 - a. Tipologías de estrategias de marketing
 - b. Estrategias de la mezcla del marketing
4. Marketing Social y sostenibilidad

En inglés

The marketing strategy has to do with the decisions related to the supply of products and services to the market. These decisions include the products the company wants to sell in the markets, the positioning of these products, and how to organize and manage the marketing function, and its links to other business' functions, in an efficient and effective manner. In addition, the growing popularity of the Internet and the increase of market globalizatio, is provocking a rapid change of the marketing industry. In this context, social trends indicate that more attention must be paid to social marketing and sustainability.

1. Marketing Management Approaches
 - a. From Product Marketing to Relational Marketing
2. Market-driven marketing
3. Strategic Marketing and Operational Marketing
 - to. Typologies of Marketing Strategies
 - b. Marketing Mix Strategies
4. Social Marketing and Sustainability

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.1.	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
CG.4.	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.
CG.5.	Trabajar para continuar aprendiendo principalmente de manera autónoma y aplicar los principios deontológicos propios de un empresario, directivo o investigador.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.7	Identificar variables internas y externas relevantes para definir las estrategias y tomar decisiones económicas y empresariales en el contexto internacional
CE.8	Utilizar el análisis avanzado de los mercados para definir las mejores estrategias de las empresas que compiten en los mercados.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	10	50%
Estudio/Análisis/Resolución de casos	12	25%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	45	0%
Exposición oral	5	100%
Tutoría	3	100%
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral
Clase participativa
Presentación de trabajos individuales
Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Examen o prueba de evaluación	30%	50%
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	50%	70%

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

DECISIONS FINANCERES A L'EMPRESA

Nombre en castellano:

DECISIONES FINANCIERAS EN LA EMPRESA

Nombre en inglés:

CORPORATE FINANCIAL DECISION ANALYSIS

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

3

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ anual

☐ 1º

☐

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

☐ semestral

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1	
	ECTS semestral 2	3
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.2.2

Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.

RA.CE.4.1

Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.

RA.CE.6.1

Capacidad para seleccionar los indicadores económicos, contables, financieros y de gestión adecuados para el estudio de problemas empresariales.

RA.CE.6.2

Habilidad para interpretar los indicadores.

RA.CE.6.3

Destreza para formular propuestas de mejora de organización, dirección y contabilidad.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

L'objectiu d'aquesta assignatura és l'estudi de la política financera de l'empresa, l'anàlisi financer internacional i la gestió de riscos

En castellano

El objetivo de esta asignatura es el estudio de la política financiera de la empresa, el análisis financiero internacional y la gestión de riesgos.

En inglés

The goal of this subject is the study of corporate financial policy, international financial analysis and risk management.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.2

Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.4

Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa

CE.6

Identificar los indicadores económicos y empresariales relevantes para analizar, interpretar y revisar aspectos de organización, dirección y contabilidad.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	5	100%
Clase práctica	15	60%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	10	10%
Estudio/Análisis/Resolución de casos	45	0
	75	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Aprendizaje reflexivo

Clase invertida

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Examen o prueba de evaluación	30	60
Presentación/Entrega/Resolución de	50	70
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	20	50

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

PRÀCTIQUES EN EMPRESA O INSTITUCIONS

Nombre en castellano:

PRÁCTICAS EN EMPRESA O INSTITUCIONES

Nombre en inglés:

WORK PLACEMENT

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

9

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Carácter (OB / Opt)

Optativo

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1	ECTS semestral 1	9
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

Todos los de la titulación

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Aquest màster ofereix la possibilitat de fer una estada de pràctiques externes a empreses o institucions. Aquestes pràctiques suposen 9 crèdits optatius, que és l'equivalent a 6 mesos d'estada a temps parcial per mitjà de convenis entre la universitat i les empreses, en les quals es defineixen els llocs de treball en pràctiques que ocuparà l'estudiant i quines seran les seves funcions i el pla de formació a la feina. Aquesta estada permet als estudiants de prendre un primer contacte amb el món econòmic i empresarial i posar a prova els coneixements, competències i habilitats que han adquirit al llarg del màster. Els continguts més específics es definiran en funció del tipus de pràctiques externes a què accedeixi l'estudiant.

En castellano

Este máster ofrece la posibilidad de una estancia de prácticas externas en empresas o instituciones. Estas prácticas suponen 9 créditos optativos, que es el equivalente a 6 meses de estancia a tiempo parcial mediante convenios entre la Universidad y las empresas, en los que se definen los puestos de trabajo en prácticas que ocupará el estudiante y cuáles serán sus funciones y el plan de formación en el trabajo. Esta estancia permite a los estudiantes tomar un primer contacto con el mundo económico y empresarial y poner a prueba los conocimientos, competencias y habilidades que han adquirido a lo largo del máster. Los contenidos más específicos se definirán en función del tipo de prácticas externas a las que acceda el estudiante.

En inglés

This master offers the chance of doing a period of external practical training in companies or institutions. This practical training presupposes 9 ECTS, which are equivalent to 6 months of a part time training period in the firm, through an agreement between the University and companies, in which the workplace is defined where students will be trained, their functions and the training plan. The training period allows students to have a first contact with the economic and business environment and tests the knowledge, competencies and abilities acquired throughout the master. The most specific characteristics of the training period will be defined according to the type of external practice to which the student will be admitted.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

Todas las de la titulación.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas las competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

Todas las de la titulación.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	25	10%
Prácticas en empresas o instituciones	450	100%
Exposición oral	5	10%

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Presentación de trabajos individuales

Aprendizaje reflexivo

Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Presentación de trabajos	25	50
Valoración final de informes, memorias, trabajos, etc.	50	75
Exposición y defensa oral	10	20

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Tècniques de recerca per a l'empresa

Nombre en castellano:

Técnicas de investigación para la empresa

Nombre en inglés:

Research techniques for business

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

| 5

☐ 6º

Indique la distribución por
semestre de los créditos ETCS

curso	semestre	ETCS
1	ECTS semestral 1	6
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ETCS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.2.2	Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos
RA.CG.4.1.	Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
RA.CG.4.2	Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
RA.CE.3.2.	Capacidad de diseñar un proyecto de investigación.
RA.CE.4.1	Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.
RA.CE.4.2	Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

- Instruments generals per a la recerca científica en l'àmbit de l'empresa.
 - 1.1. Coneixement i tractament de bases de dades per a la recerca.
 - 1.2. Instruments de mesura: qüestionaris i enquestes.
 - 1.3. Tècniques de captació i agregació de l'opinió d'experts.
 - 1.4. Anàlisi i tractament de la informació.
- Tècniques matemàtiques per a la recerca científica en l'empresa.
 - 2.1. Tècniques matemàtiques de tractament de dades.
 - 2.2. Mètodes d'investigació operativa i optimització.
- Anàlisi de les publicacions científiques en l'àmbit de la investigació empresarial

En castellano

- Instrumentos generales para la investigación científica en el campo de la empresa.
 - 1.1. Conocimiento y tratamiento de bases de datos para la investigación.
 - 1.2. Instrumentos de medida: cuestionarios y encuestas.
 - 1.3. Técnicas de captación y de agregación de la opinión de expertos.
 - 1.4. Análisis y tratamiento de la información.
- Técnicas matemáticas para la investigación científica en la empresa.
 - 2.1. Técnicas matemáticas para el tratamiento de datos.
 - 2.2. Métodos de investigación operativa y optimización.
- Análisis de las publicaciones científicas en el campo de la investigación empresarial

En inglés

- General instruments for scientific research in the business field.
 - 1.1. Knowledge and treatment of databases for research.
 - 1.2. Measurement instruments: questionnaires and surveys.
 - 1.3. Techniques for gathering information and aggregation about expert opinion.
 - 1.4. Analysis and treatment of information.
- Mathematical techniques for scientific research in business field.
 - 2.1. Mathematical techniques of data processing.
 - 2.2. Operational research and optimization methods.
- Analysis of scientific publications in the field of business research

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.2	Buscar, generar y seleccionar información de datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
CG.4	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.3

Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.

CE.4

Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase expositiva	10	80%
Clase práctica	5	80%
Resolución de casos	40	0%
Seminario	5	80%
Elaboración de trabajos	60	0%
Exposiciones orales	5	100%
Tutoría	25	36%
Total	150	30

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral

Clase práctica

Clase participativa

Tutoría

Presentación de trabajos individuales

Presentación de trabajos en grupo

Clase en el aula informática

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Presentación de trabajos	40	60
Resolución de ejercicios	20	40
Exposición y defensa oral	10	30

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán: **Tècniques de recerca per a l'economia**
 Nombre en castellano: **Técnicas de investigación para la economía**
 Nombre en inglés: **Research techniques in Economics**

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ anual

☐ 1º ☐ 2º ☐ 3º ☐ 4º ☐ 5º

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

☐ semestre

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	6
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

- RA.CG.2.2 Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
 RA.CG.3.1 Dominar las técnicas de comunicación oral para expresar en público informes, ideas, conceptos y opiniones propias.
 RA.CG.3.2 Capacidad de exponer en público los conocimientos y argumentos, de manera clara y sintetizada, para negociar o debatir con éxito.
 RA.CG.4.2 Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
 RA.CE.3.1 Valorar de manera rigurosa y crítica los estudios aplicados.
 RA.CE.3.2 Capacidad de diseñar un proyecto de investigación.
 RA.CE.4.1 Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado.
 RA.CE.4.2 Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

En aquest curs presentem com establir hipòtesis basades en un marc teòric rellevant i que es puguin contrastar empíricament. A continuació presentem com buscar dades de la realitat econòmica i implementar-hi els instruments metodològics adequats per resoldre problemes econòmics concrets, per a partir d'aquí elaborar informes econòmics per a entitats o administracions. També s'ensenyen elements de lectura crítica d'articles d'investigació en economia.

En castellano

En este curso, presentamos cómo establecer hipótesis basadas en un marco teórico relevante y susceptibles de verificar empíricamente. Seguidamente presentamos cómo buscar datos de la realidad económica y aplicar las herramientas metodológicas apropiadas para resolver problemas económicos específicos, para desde aquí preparar informes económicos para instituciones o administraciones. También se enseñan elementos de lectura crítica de artículos de investigación en economía.

En inglés

In this course unit, students learn to set empirically testable hypotheses on the basis of a relevant theoretical framework. They next learn to search for data about economic facts, to apply different methodological tools to solve specific economic problems, and prepare economic reports for entities or administrations. The elements of critical reading of research articles in economics are also shown.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

- CG.2 Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial
 CG.3 Comunicar conclusiones, conocimientos y argumentos ante diferentes tipos de público y en condiciones de negociación o debate.
 CG.4 Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

- CE.3 Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
 CE.4 Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase participativa	50	30%
Tutoría	80	8%
Estudio/Análisis/Resolución de casos	20	50%

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clase magistral

Clase práctica
Aprendizaje colaborativo y cooperativo
Presentación de trabajos en grupo
Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Presentación/Entrega/Resolución de ejercicios	10	40
Presentación de trabajos	40	60
Exposición y defensa oral	20	30

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

2

Nombre del módulo

OPTATIVAS DE ESPECIALIDAD

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Recerca aplicada en Economia i Empresa

Nombre en castellano:

Investigación aplicada en Economía y Empresa

Nombre en inglés:

Applied research in Business and Economics

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

6

Caràcter (OB / Opt)

Optativo

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organització temporal

☐ 1º ☐ 4º | 5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	6
	ECTS semestral 2	
3º	ECTS semestral 5	
	ECTS semestral 6	
5º	ECTS semestral 9	
	ECTS semestral 10	

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	
	ECTS semestral 4	
4º	ECTS semestral 7	
	ECTS semestral 8	
6º	ECTS semestral 11	
	ECTS semestral 12	

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

RA.CG.4.1	Utilizar adecuadamente información bibliográfica para dar soporte al marco teórico o aplicado del trabajo.
RA.CG.4.2	Capacidad de redactar un trabajo escrito individual, ordenado y bien estructurado, en el que se plantee un análisis crítico.
RA.CG.2.1	Capacidad para encontrar datos o generarlos, comprendiendo las limitaciones tanto de la falta de información como de los datos masivos (Big Data)
RA.CG.2.2	Capacidad avanzada para transformar en información útil los datos disponibles, analizarlos, visualizarlos e interpretarlos.
RA.CG.1.1	Conocer los paradigmas esenciales y las tendencias actuales sobre la empresa.
RA.CG.1.2	Conocer los paradigmas esenciales y las teorías relevantes sobre el entorno económico de la empresa.
RA.CE.3.1	Valorar de manera rigurosa y crítica los estudios aplicados.
RA.CE.3.2	Capacidad de diseñar un proyecto de investigación.
RA.CE.4.1	Capacidad de seleccionar entre distintas metodologías disponibles y elegir la más adecuada para el análisis aplicado
RA.CE.4.2	Capacidad de desarrollar un proyecto de investigación de acuerdo con las metodologías propias de la investigación.

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Anàlisi i discussió de temes aplicats a l'anàlisi econòmica i empresarial. Models econòmics aplicats i dinàmica d'ajust de les empreses. Simulació d'escenaris econòmics i efectes sobre l'empresa

En castellano

Análisis y discusión de temas aplicados al análisis económico y empresarial. Modelos económicos aplicados y dinámica de ajuste de las empresas. Simulación de escenarios económicos y efectos sobre la empresa

En inglés

Analysis and discussion of topics applied to economic and business analysis. Applied economic models and dynamic adjustment of the firms. Simulation of economic scenarios and their effects on firms

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

CG.1	Integrar, contextualizar y sistematizar las teorías relevantes y las tendencias emergentes en el análisis de la empresa y su entorno económico.
CG.2	Buscar, generar y seleccionar información y datos relevantes, tanto cuantitativos como cualitativos, y analizarlos para estudiar un problema empresarial.
CG.4	Elaborar informes, estudios técnicos o tesis a partir del conocimiento y análisis crítico.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

CE.3	Identificar los problemas económicos y empresariales o temas de investigación relevantes y formular las preguntas e hipótesis basándose en un marco teórico.
CE.4	Aplicar las metodologías cuantitativas y cualitativas necesarias para resolver problemas propios de la empresa

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)
Clase participativa	30	100%
Seminario	30	50%
Elaboración de informes, memorias, trabajos, etc. (individual o en grupo)	20	10%
Tutoría	70	10%
	150	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

Clases participativas

Aprendizaje colaborativo y cooperativo

Aprendizaje reflexivo

Tutoría

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Presentación de trabajos	50	70
Exposición y defensa oral	30	50

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.5 NIVEL 1 : NOMBRE DEL MÓDULO

TREBALL FINAL DE MÀSTER/TRABAJO FINAL DE MÁSTER/MASTER'S DEGREE PROJECT

català/castellà/anglès

5.5.1 Datos básicos del módulo

5.5.1.1 Datos básicos del nivel 2

Relacione el carácter, rama y materia del módulo. Añada tantas filas como sean necesarias. Ver hoja "CUADROS" en este mismo documento.

CARÁCTER	RAMA	MATERIA	RAMA2	MATERIA2
Obligatoria			Ciencias sociales y jurídicas	Economía
				Empresa

ETCS MATERIA

12 Indique el número de créditos ECTS

DESPLIEGUE TEMPORAL:

distribución por semestre de los créditos ECTS

ECTS semestral 1		ECTS semestral 3	
ECTS semestral 2	12	ECTS semestral 4	
ECTS semestral 5		ECTS semestral 7	
ECTS semestral 6		ECTS semestral 8	
ECTS semestral 9		ECTS semestral 11	
ECTS semestral 10		ECTS semestral 12	

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Castellano	si
Catalán	si
Inglés	si
Francés	no
Otras	(indique cuales)

5.5.1.3

CONTENIDOS

Especifique los contenidos básicos del módulo

En este módulo el estudiante deberá demostrar el dominio de todas las competencias vinculadas a este Máster, sea cual sea el perfil y tipo de especialización escogidos.

5.5.1.5

COMPETENCIAS

5.5.1.5.1

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la comptencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

Todas las de la titulación

5.5.1.5.2

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la comptencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

5.5.1.5.3

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la comptencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

Todas las de la titulación

5.5.1.6

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD (0%-100%)
Tutoría	30	100%
Trabajo final de máster	270	0%

5.5.1.7**METODOLOGÍAS DOCENTES***Relacione las metodologías docentes*

Tutoría

Presentación de trabajos individuales

5.5.1.8**SISTEMAS DE EVALUACIÓN***De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima*

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Exposición y defensa oral	10	25
Presentación de trabajos	20	95

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Mòdulo al que pertenece

3

Nombre del módulo

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

màximo 100 caràcteres

Nombre en catalán:

TREBALL FINAL DE MÀSTER

Nombre en castellano:

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Nombre en inglés:

MASTER'S DEGREE PROJECT

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

12

Caràcter

(OB /

Obligatorio

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de

Organització temporal

☐ 1º

☐

☐ 4º

5

☐ 6º

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ETCS	curso	semestre	ETCS
1º	ECTS semestral 1		ECTS semestral 3		
	ECTS semestral 2	12	ECTS semestral 4		
3º	ECTS semestral 5		ECTS semestral 7		
	ECTS semestral 6		ECTS semestral 8		
5º	ECTS semestral 9		ECTS semestral 11		
	ECTS semestral 10		ECTS semestral 12		

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

1 Todos los de la titulación

2

3

4

5

6

7

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

Aquest mòdul té com a objectiu que l'estudiant escrigui i defensi un assaig sobre alguns dels temes d'àmbit de coneixement del màster. La naturalesa i extensió del treball dependran de la matèria triada i del tema sobre el quals es focalitzi. Aquest treball, supervisat pel tutor, s'haurà de presentar correctament per escrit i, posteriorment, defensar públicament davant un tribunal que l'avaluarà.

En castellano

Este módulo tiene como objetivo que el estudiante escriba y defienda un ensayo sobre alguno de los temas de ámbito del conocimiento del master. La naturaleza y extensión del trabajo dependerán de la materia escogida y del tema sobre los cuales se focalice. Este trabajo, supervisado por el tutor, deberá presentarse correctamente por escrito y, posteriormente, defender públicamente ante un tribunal que lo evaluará.

En inglés

The objective of this module is that the student could write and defend an essay on some of the subject areas of knowledge of the master's degree. The nature and extent of the work will depend on the issue chosen and on the topic on which it is focused. This work supervised by the tutor must be presented correctly in writing and, subsequently, publicly defended before a tribunal that will evaluate it

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

Todas las de la titulación

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

Todas las de la titulación

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-
Tutoría	30	100%
Trabajo final de máster	270	0
	300	

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

- 1 Tutoría
- 2 Presentación de trabajos individuales
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderació mínima	Ponderació màxima
Exposición y defensa oral	10	25
Presentación de trabajos	20	95

MÁSTER EN ECONOMÍA Y EMPRESA (BUSINESS ECONOMICS)

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.5 NIVEL 1 : NOMBRE DEL MÓDULO

ESPECIFIQUE EL NOMBRE DEL MÓDULO

català/cast

5.5.1 Datos básicos del módulo

5.5.1.1 Datos básicos del nivel 2

Relacione el carácter, rama y materia del módulo. Añada tantas filas como sean necesarias. Ver hoja "CUADROS" en este mismo dc

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Obligatoria		

ETCS MATERIA

Indique el número de créditos ECTS

DESPLIEGUE TEMPORAL:

distribución por semestre de los créditos ECTS

ECTS semestral 1		ECTS semestral 3	
ECTS semestral 2		ECTS semestral 4	
ECTS semestral 5		ECTS semestral 7	
ECTS semestral 6		ECTS semestral 8	
ECTS semestral 9		ECTS semestral 11	
ECTS semestral 10		ECTS semestral 12	

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

Castellano	si/no
Catalán	si/no
Inglés	si/no
Francés	si/no
Otras	(indique cuales)

5.5.1.3 CONTENIDOS

Especifique los contenidos básicos del módulo

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

5.5.1.5.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

1	
2	

5.5.1.5.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

1	
2	

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD (0%-100%)	
Clase teórica	120	100%	Ejemplo

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA	
Prueba objetiva	0	20	Ejemplo

DESCRIPCIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Módulo al que pertenece

Nombre del módulo

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

máximo 100 caracteres

Nombre en catalán:

Nombre en castellano:

Nombre en inglés:

Número de créditos ECTS que debe cursar el estudiante

La asignaturas pueden ser de 3-4-5-6-9-10-12 créditos.

Carácter (OB / Opt)

Básico, Obligatorio, Optativo, Prácticas externas, Trabajo fin de grado

Organización temporal

anual

semestral

Indique la distribución por semestre de los créditos ECTS

curso	semestre	ECTS
1º	ECTS semestral 1	ECTS semestral 2
3º	ECTS semestral 5	ECTS semestral 6
5º	ECTS semestral 9	ECTS semestral 10

curso	semestre	ECTS
2º	ECTS semestral 3	ECTS semestral 4
4º	ECTS semestral 7	ECTS semestral 8
6º	ECTS semestral 11	ECTS semestral 12

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Relacione los resultados de aprendizaje

1

2

3

4

5

6

7

CONTENIDO

Breve descripción de los contenidos en los tres idiomas

En catalán

En castellano

En inglés

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

Relacione todas la competencias básicas y generales. Añada tantas filas como sean necesarias

1

2

3

4

5

6

7

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

Relacione todas la competencias transversales. Añada tantas filas como sean necesarias

1

2

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Relacione todas la competencias específicas. Añada tantas filas como sean necesarias

1

2

ACTIVIDADES FORMATIVAS

De todas las actividades formativas utilizadas en el módulo especifique el número de horas y su porcentaje de presencialidad

Actividades formativas	Horas	Presencialidad (0%-100%)

METODOLOGÍAS DOCENTES

Relacione las metodologías docentes

1

2

3

4

5

6

7

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

De todos los sistemas de evaluación utilizados en el módulo indique la ponderación mínima y máxima

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima

REAL DECRETO 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

CARÁCTER	RAMA DE CONOCIMIENTO	MATERIAS BÁSICAS POR RAMA DE CONOCIMIENTO
Básica	Artes y Humanidades	Antropología
Obligatoria		Arte
Optativa		Ética
Prácticas externas		Expresión Artística
Trabajo final de grado		Filosofía
Reconocimiento o de créditos		Geografía
		Historia
		Idioma Moderno
		Lengua
		Lengua Clásica
		Lingüística
		Literatura
		Sociología
	Ciencias	Biología
		Física
		Geología
		Matemáticas
		Química
	Ciencias de la Salud	Anatomía Animal
		Anatomía Humana
		Biología
		Bioquímica
		Estadística
		Física
		Fisiología
		Psicología
	Ciencias Sociales y Jurídicas	Antropología
		Ciencia Política
		Comunicación
		Derecho
		Economía
		Educación
		Empresa
		Estadística
		Física
		Fisiología
		Psicología
		Sociología
	Ingeniería y Arquitectura	Empresa
		Expresión Gráfica
		Física
		Informática
		Matemáticas
		Química