

DOBLE TITULACIÓ DEL GRAU D'ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES I GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ / GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS (Escola Universitària del Maresme)

Acord del Consell de Govern de 6 de febrer del 2013, modificat per acord de la Comissió d'Ordenació Acadèmica de 17 de juliol del 2013 i del Consell de Govern de 16 d'octubre del 2013

L'Escola Universitària del Maresme, adscrita a la UPF, imparteix el Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, el Grau en Turisme i Gestió del Lleure i, a partir del present curs 2012-13, el Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals. Des del curs 2011-12 també s'imparteix la doble titulació Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació / Grau en Turisme i Gestió del Lleure, amb un pla d'estudis estructurat en cinc anys acadèmics durant els quals l'estudiant ha de cursar un total de 314 ECTS.

Des del primer any d'implantació de la doble titulació Grau AdE i GI / Grau Turisme i GL es confirma l'interès creixent de les dobles titulacions, un interès que també ha tingut ressó entre els estudiants d'AdE i GI per cursar simultàniament el nou Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals i recíprocament, entre els estudiants de Màrqueting i Comunitats Digitals per cursar el Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació.

És per això que, a proposta del titular del centre, es considera la conveniència d'oferir la doble titulació des del moment en què l'estudiant s'incorpora a la universitat, amb una oferta diferenciada en la preinscripció universitària i amb una redistribució del nombre de places entre les diferents titulacions que no suposi cap increment significatiu en el nombre global de places de l'EUM.

El pla d'estudis de la doble titulació Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació/Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals, es confecciona a partir de les assignatures que conformen un i altre pla d'estudis amb els quadres d'equivalències aplicats entre els plans d'estudis de les titulacions d'origen per tal de comprovar que totes les assignatures d'una i altra titulació seran cursades pels estudiants que optin per la doble titulació malgrat que, en alguns casos, amb diferents denominacions.

1. Característiques Generals

Total Crèdits a cursar: 324

Nombre de cursos: 5

Crèdits Matèries Bàsiques i Obligatòries :282

Crèdits Pràctiques externes (obligatòries):..... 14

Crèdits Treball Final de Grau AdE i GI:14

Credits Treball Final de Grau Màrqueting i CD:14

2. Pla d'estudis de la doble titulació

S'assenyalen sense format especial les assignatures que corresponen al pla d'estudis del Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació i en *cursiva* les assignatures del pla d'estudis de Màrqueting i Comunitats Digitals.

Primer curs: 60 ECTS

| Primer trimestre: 18 | | Segon trimestre: 20 | | Tercer trimestre: 22 | |
|---|---|---|-----------------------|--|---|
| Eines TIC per a treballar en la xarxa (FB) | 6 | Fonaments d' Economia (FB) | 6 | Direcció Comercial (FB) | 6 |
| Administració d'Empreses (FB) | 6 | Introducció a les comunitats digitals (Ob) | 4 | Gestió de plataformes digitals (FB) | 6 |
| Fonaments de matemàtiques per a l'empresa (FB) | | | 8 | Comportament del consumidor (Ob) | 4 |
| | | | Dret empresarial (FB) | | 8 |
| Anglès Comercial (FB) 6 | | | | | |

Segon curs: 60 ECTS

| Primer trimestre 18 | | Segon trimestre: 20 | | Tercer trimestre: 20 | |
|---|---|--|---|---|---|
| Disseny de producte i gestió de marca (Ob) | 6 | Fonaments d'estadística (FB) | 6 | Relacions interpersonals a l'empresa (FB) | 6 |
| Investigació de mercats (FB) | 6 | Definició de preu i proposta de valor (Ob) | 4 | Mètriques aplicades al Màrqueting (Ob) | 4 |
| Introducció a la Comptabilitat (FB) | 6 | Estratègia i gestió de vendes (Ob) | 4 | Distribució, logística i relació amb els canals (Ob) | 4 |
| | | L'organització empresarial: teoria i perspectives (Ob) | 4 | El Pla de Màrqueting (Ob) | 4 |
| Anglès per a negocis (Ob) 6 | | | | | |

Tercer curs: 60 ECTS

| Primer trimestre: 22 | | Segon trimestre: 20 | | Tercer trimestre: 18 | |
|--|---|---|---|--|---|
| Gestió de la propietat Intel·lectual (Ob) | 4 | Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències (Ob) | 4 | Emprenedoria i gestió d'equips (Ob) | 6 |
| Comunicació 2.0 (Ob) | 4 | Comptabilitat financera (Ob) | 6 | Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials (Ob) | 6 |
| Xarxes socials (Ob) | 4 | Màrqueting social i d'esdeveniments (Ob) | 4 | Estratègies de Publicitat i Promoció (Ob) | 4 |
| Anàlisi de l'entorn macroeconòmic (Ob) | 4 | Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting (Ob) | 4 | | |
| Tècniques quantitatives per a la gestió financera (Ob) | 4 | | | | |
| Anglès empresarial (Ob) 6 | | | | | |

Quart curs: 60 ECTS

| Primer trimestre: 22 | | Segon trimestre: 18 | | Tercer trimestre: 20 | |
|--|---|---|---|---|---|
| Estratègies avançades en xarxes socials (Ob) | 6 | Direcció financera (Ob) | 6 | Noves tendències d'administració empresarial (Ob) | 6 |
| Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials (Ob) | 6 | Reputació on line i identitat digital (Ob) | 6 | Mitjans digitals i audiències (Ob) | 6 |
| Inversió i finançament a | 6 | Innovació estratègica | 6 | Gestió de la producció i | 4 |

| | | | | | |
|------------------------------|---|------|--|------------------------------|---|
| curt termini (Ob) | | (Ob) | | les operacions (Ob) | |
| Comptabilitat de costos (Ob) | 4 | | | Fiscalitat de l'empresa (Ob) | 4 |

Cinquè curs: 84 ECTS

| Primer trimestre: 14 | Cr. | Segon trimestre: 18 | Cr. | Tercer trimestre 10 | Cr. |
|---|------------|---|------------|---|------------|
| Creativitat i innovació (Ob) | 6 | Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica (Ob) | 6 | Màrqueting Institucional (Ob) | 4 |
| Elaboració de Projectes (Ob) | 4 | Disseny i gestió de la innovació (Ob) | 6 | Gestió de la qualitat i la innovació (Ob) | 6 |
| Innovació i desenvolupament en una economia global (Ob) | 4 | Màrqueting de continguts (Ob) | 6 | | |
| Treball Final de Grau (Ob) 14 | | | | | |
| Treball Final de Grau (Ob) 14 | | | | | |
| Pràctiques Externes (Ob) 14 | | | | | |

3. Objectius:

Els Objectius de la doble titulació es defineixen a partir dels objectius dels dos Graus que la conformen.

Objectiu del Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació:

Formar professionals amb amplis coneixements de gestió empresarial que els permetin capacitar-se per a liderar de forma eficient la creació d'empreses i equips autogestionats, destacant la seva capacitat com a agents de canvi en les empreses existents i en la generació i desenvolupament de noves empreses o negocis, donant així resposta a les necessitats territorials; preparats per a treballar en un món globalitzat i multilingüe, contribuint així al desenvolupament de la societat del coneixement de manera que la clau de la competitivitat sigui la innovació.

Objectiu del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals:

Preparar professionals integrals amb criteris globals en la nova economia i amb un complet domini de les tecnologies actuals, capaços d'utilitzar els instruments de Màrqueting i comunicació en xarxes socials per reconèixer oportunitats de negoci, establir estratègies, anticipar-se als canvis, optimitzar recursos i analitzar la informació per a la presa de decisions, que permeti assolir els objectius proposats per l'organització.

Així mateix, i en paral·lel a aquests objectius generals, es posa especial èmfasi perquè l'estudiant conegui i incorpori en la seva manera de procedir els principis i plans d'igualtat efectiva entre homes i dones, que estigui capacitat per a aplicar-los en el lloc de treball que ocupi i en els processos d'innovació i desenvolupament de les empreses; que prengui consciència dels principis d'igualtat d'oportunitats, no discriminació i accessibilitat universal de les persones amb discapacitat i procuri o influeixi perquè l'empresa on estigui sigui socialment responsable, donant fins i tot oportunitats innovadores per a facilitar-lo; que mostri una actitud integradora i respectuosa amb els principis i drets fonamentals de les persones, que promogui la igualtat i la cultura de la pau i sàpiga analitzar, reflexionar, argumentar lògicament i deliberar en termes ètics sobre les responsabilitats socials vinculades amb els coneixements adquirits.

4. Competències

4.1. Competències Generals

- G.1. Comprendre i interpretar de manera pertinent i raonada textos escrits de nivell i caràcter acadèmics i justificar amb arguments consistents les pròpies postures, així com defensar-les públicament.
- G.2. Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en 3 llengües com a mínim, les dues oficials a Catalunya i en anglès específic de negocis.
- G.3. Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica ordinària.
- G.4. Interpretar normativa legal/organització institucional i gestionar informació d'àmbit empresarial
- G.5. Treballar en equip, participant activament en les tasques i negociant davant opinions discrepants fins a arribar a posicions de consens, adquirint així l'habilitat per a aprendre conjuntament amb altres membres de l'equip i crear nous coneixements
- G.6. Ser capaç de mantenir una opinió crítica reconeixent la diversitat de punts de vista com un ingredient fonamental de la vida acadèmica i consubstancial a la societat contemporània, i ser capaç de donar a conèixer les pròpies opinions dins del respecte a les opinions divergents.
- G.7. Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic, aplicant amb flexibilitat i creativitat els coneixements adquirits i adaptar-los a contextos i situacions noves.
- G.8. Adquirir la capacitat de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva, així com capacitat per a expressar a uns altres aquestes idees i solucions
- G.9. Desenvolupar i aprendre habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin l'aversion al risc
- G.10. Mostrar disposició per a conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional.
- G.11. Innovar desenvolupant una actitud oberta enfront del canvi i estar disposats a reavaluar els vells models mentals que limiten el pensament.
- G.12. Trencar amb els límits i aprendre a equivocar-se. Això implica treballar de forma emprenedora, en la qual els tradicionals límits de la ment són substituïts per una manera positiva de pensar.
- G.13: Integrar els valors de la justícia social, la igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i basada en la cultura del diàleg i de la pau.
- G.14: Buscar informació, analitzar-la i prendre decisions en relació a dades relacionades amb la creació, consolidació i creixement d'empreses amb un fort component innovador
- G.15. Desenvolupar habilitats per buscar, processar i analitzar informació procedent de fonts diverses per aplicar-les en els assumptes a resoldre.
- G.16. Ser autònom en l'aspecte de la planificació personal, la selecció dels recursos apropiats i la maduresa per assumir responsabilitats en la presa de decisions
- G.17. Prendre decisions en l'àmbit professional i personal, aplicant els coneixements i tècniques adquirides al llarg de l'activitat acadèmica
- G.18. Treballar en equip, participant activament en les tasques i utilitzant les eines de negociació i planificació apreses

G.19. Comunicar amb propietat, tant per escrit com verbalment, les idees, projectes, normes i decisions maneiant adequada i oportunitat la diversitat de mitjans disponibles

4.2. Competències transversals

- T1. Comunicar-se de manera fluida en català i castellà i en grau mig en anglès.
- T2. Dominar les habilitats pròpies del maneig bàsic de les tecnologies de la informació i les comunicacions (TIC).
- T3. Gestionar equips de persones i dirigir de forma eficient el temps, tant en el treball individual com en les tasques en grup, així com planificar, organitzar i utilitzar els recursos disponibles establint prioritats i demostrant capacitat per liderar processos, adoptar decisions i, si és el cas, afrontar dificultats.
- T4. Ser capaç d'adoptar una perspectiva interdisciplinària i integradora de coneixements, alhora de formular judicis de forma autònoma i tenint en compte les seves vessants ètiques, socials, econòmiques i comercials.
- T5. Assumir responsabilitats des d'un punt de vista ètic, crític i emprenedor en un ambient professional

4.3. Competències específiques

- E.1. Reconèixer els conceptes econòmics bàsics, habilitats i raonament econòmic, així com el funcionament microeconòmic i macroeconòmic
- E.2. Adaptar la política de l'empresa a entorns internacionals i infondre una dimensió global i internacional als negocis empresarials
- E.3. Analitzar i valorar la informació dels estats comptables aplicant criteris legals o definits per l'empresa
- E.4. Elaborar informes financers a través de l'anàlisi dels estats financers que serveixin per a la presa de decisions d'una empresa
- E.5. Avaluar i valorar polítiques de personal
- E.6. Avaluar el rendiment econòmic d'una empresa
- E.7. Analitzar la competència empresarial i identificar mercats i clients
- E.8. Aplicar principis de responsabilitat social en la gestió de l'empresa
- E.9. Seleccionar equips de treball, definir perfils i valorar necessitats de personal
- E.10. Gestionar les operacions productives de l'empresa
- E.11. Utilitzar instruments matemàtics per a la presa de decisions i contrastar hipòtesis econòmiques diverses
- E.12. Dominar i utilitzar eines avançades de suport a la presa de decisions empresarials
- E.13. Aplicar els principis bàsics de gestió empresarial
- E.14. Desenvolupar la iniciativa emprenedora a través de models teòrics que s'ajustin a una idea de negoci promoguda per un emprenedor
- E.15. Analitzar i valorar adequadament l'entorn científic-tecnològic i econòmic a la recerca d'oportunitats innovadores
- E.16. Aplicar adequadament processos d'innovació en l'empresa
- E.17. Dissenyar l'estratègia de màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores
- E.18. Dissenyar i desenvolupar mètodes personals d'aprenentatge i aptituds proclius a la innovació en les organitzacions
- E.19. Promocionar la autogestió com a planificació de les pròpies accions, així com la focalització i direcció de les mateixes cap a un objectiu concret
- E.20. Generar habilitats estratègiques: capacitat de veure l'entorn operatiu com un projecte i establir i aconseguir pautes a llarg termini i a gran escala

- E.21. Crear connexions entre persones, col·laboradors i empreses posant en contacte a gent que en circumstàncies normals no coincidirien.
- E.22. Integrar la perspectiva de gènere en l'elaboració de projectes i propostes d'empreses innovadores com un indicador de qualitat i innovació
- E.23. Identificar els sectors emergents i les estratègies d'innovació aplicades
- E.24. Conèixer i comprendre els mecanismes d'innovació i empenedoria necessaris en l'administració d'empreses del segle XXI.
- E.25. Aplicar els processos d'innovació necessaris per adaptar l'organització a cada entorn.
- E.26. Recopilar i comparar les estratègies d'innovació aplicades en l'administració d'empreses
- E.27. Comprendre l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi
- E.28. Conèixer, comprendre i aplicar els fonaments de màrqueting i investigació de mercats
- E.29. Conèixer les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats
- E.30. Conèixer, analitzar i valorar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes així com prendre decisions en relació amb la variable producte, preu, distribució i comunicació
- E.31. Conèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques
- E.32. Analitzar i valorar les estratègies de màrqueting per a la internacionalització de l'activitat empresarial
- E.33. Gestionar oportuna i convenientment els recursos disponibles en els ambients de treball en els que toqui dirigir
- E.34. Convertir idees en negocis factibles i rendibles entenent el mercat actual
- E.35. Dominar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting
- E.36. Conèixer, analitzar i valorar el paper de les comunitats digitals i les xarxes socials a l'empresa
- E.37. Emprendre projectes de negoci que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives
- E.38. Dominar la llengua anglesa i aplicar-la en diferents entorns culturals de negociació empresarial.
- E.39. Conèixer les eines bàsiques d'e-Màrqueting
- E.40. Gestionar comunitats digitals

5. Compliment dels dos plans d'estudis

Els quadres d'equivalències establertes entre els respectius Graus i la doble titulació per tal de constatar que l'assoliment dels 324 ECTS de la doble porta, explícitament, a l'assoliment dels 240 ECTS del Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació i els 240 de Màrqueting i Comunitats Digitals són els següents:

5.1. Compliment del pla d'estudis d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació

En la primera columna s'assenyalen sense format especial les assignatures del Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, i en *cursiva* les de Màrqueting i Comunitats Digitals

| <i>Doble titulació</i> | |
|--|-----|
| Nom assignatura | Cr. |
| Fonaments d' Economia | 6 |
| La organització empresarial: teoria i perspectives | 4 |

| <i>Grau AdE i GI</i> | |
|----------------------------|-----|
| Nom assignatura | Cr. |
| Fonaments d'economia | 6 |
| L'organització empresarial | 4 |

| | |
|---|---|
| <i>Eines TIC per a treballar en la xarxa</i> | 6 |
| Direcció comercial | 6 |
| Administració d'Empreses | 6 |
| <i>Introducció a les comunitats digitals</i> | 4 |
| El Pla de Màrqueting | 4 |
| <i>Gestió de plataformes digitals</i> | 6 |
| <i>Comportament del consumidor</i> | 4 |
| Dret empresarial | 8 |
| Anglès Comercial | 6 |
| <i>Disseny de producte i gestió de marca</i> | 6 |
| <i>Investigació de mercats</i> | 6 |
| Introducció a la Comptabilitat | 6 |
| Comptabilitat financera | 6 |
| <i>Fonaments d'estadística</i> | 6 |
| <i>Definició de preu i proposta de valor</i> | 4 |
| Fonaments de matemàtiques per a l'empresa | 8 |
| Relacions interpersonals a l'empresa | 6 |
| <i>Distribució, logística i relació amb els canals</i> | 4 |
| <i>Estratègies de Publicitat i Promoció</i> | 4 |
| Anglès per a negocis | 6 |
| <i>Gestió de la propietat Intel·lectual</i> | 4 |
| <i>Comunicació 2.0</i> | 4 |
| <i>Xarxes socials</i> | 4 |
| Anàlisi de l'entorn macroeconòmic | 4 |
| <i>Reputació on line i identitat digital</i> | 6 |
| <i>Mètriques aplicades al Màrqueting</i> | 4 |
| <i>Màrqueting social i d'esdeveniments</i> | 4 |
| Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències | 4 |
| <i>Mitjans digitals i audiències</i> | 6 |
| Fiscalitat de l'empresa | 4 |
| <i>Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials</i> | 6 |
| Tècniques quantitatives per la gestió financera | 4 |
| Anglès empresarial | 6 |
| <i>Estratègies avançades en xarxes socials</i> | 6 |
| Comptabilitat de costos | 4 |
| Inversió i finançament a curt termini | 6 |
| Gestió de la producció i les operacions | 4 |
| Direcció financera | 6 |
| Innovació estratègica | 6 |
| <i>Estratègia i gestió de vendes</i> | 4 |
| <i>Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting</i> | 4 |

| | |
|---|---|
| Sistemes d'informació | 6 |
| Direcció comercial | 6 |
| Administració d'empreses | 6 |
| Sense correspondència | |
| El pla de màrqueting | 4 |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| Dret empresarial | 8 |
| Anglès comercial | 6 |
| Sense correspondència | |
| Noves tendències en màrqueting | 6 |
| Introducció a la comptabilitat | 6 |
| Comptabilitat financera | 6 |
| Fonaments d'estadística | 6 |
| Sense correspondència | |
| Fonaments de matemàtiques per a l'empresa | 8 |
| Relacions interpersonals en l'empresa | 6 |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| Anglès per a negocis | 6 |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| Anàlisi de l'entorn macroeconòmic | 4 |
| Sense correspondència | |
| Mètodes quantitius per la presa de decisions. | 4 |
| Sense correspondència | |
| Patrons internacionals innovadors | 4 |
| Sense correspondència | |
| Fiscalitat de l'empresa | 4 |
| Xarxes socials | 6 |
| Tècniques quantitatives per a la gestió financera | 4 |
| Anglès empresarial | 6 |
| Sense correspondència | |
| Comptabilitat de costos | 4 |
| Inversió i finançament a curt termini | 6 |
| Gestió de la producció i les operacions | 4 |
| Direcció financera | 6 |
| Innovació estratègica | 6 |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |

| | |
|---|----|
| Noves tendències d'administració empresarial | 6 |
| Gestió de la qualitat i la innovació | 6 |
| Emprenedoria i gestió d'equips | 6 |
| <i>Màrqueting Institucional</i> | 4 |
| Creativitat i innovació | 6 |
| <i>Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials</i> | 6 |
| <i>Elaboració de Projectes</i> | 4 |
| Innovació i desenvolupament en una economia global | 4 |
| Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica | 6 |
| <i>Disseny i gestió de la innovació</i> | 6 |
| Màrqueting de continguts | 6 |
| Treball Final de Grau | 14 |
| <i>Treball Final de Grau</i> | 14 |
| Pràctiques Externes | 14 |

324

| | |
|--|----|
| Noves tendències en administració empresarial | 6 |
| Gestió de la qualitat i la innovació | 6 |
| Emprenedoria i gestió d'equips | 6 |
| Sense correspondència | |
| Creativitat i innovació | 6 |
| Sense correspondència | |
| Elaboració de projectes | 4 |
| Innovació i desenvolupament en una economia global | 4 |
| Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica | 6 |
| Disseny i gestió de la innovació | 6 |
| Sense correspondència | |
| Treball fi de Grau | 14 |
| Sense correspondència | |
| Pràctiques externes | 14 |
| OPTATIVES | 20 |

240

5.2. Compliment del pla d'estudis d'Administració de Màrqueting i Comunitats Digitals

En la primera columna s'assenyalen sense format especial les assignatures del Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació, i en *cursiva* les de Màrqueting i Comunitats Digitals.

| <i>Doble titulació</i> | |
|--|------------|
| Nom assignatura | Cr. |
| Fonaments d' Economia | 6 |
| La organització empresarial: teoria i perspectives | 4 |
| <i>Eines TIC per a treballar en la xarxa</i> | 6 |
| Direcció Comercial | 6 |
| Administració d'Empreses | 6 |
| <i>Introducció a les comunitats digital</i> | 4 |
| El Pla de Màrqueting | 4 |
| <i>Gestió de plataformes digitals</i> | 6 |
| <i>Comportament del consumidor</i> | 4 |
| Dret empresarial | 8 |
| Anglès Comercial | 6 |
| <i>Disseny de producte i gestió de marca</i> | 6 |
| <i>Investigació de mercats</i> | 6 |
| Introducció a la Comptabilitat | 6 |
| Comptabilitat financera | 6 |
| <i>Fonaments de estadística</i> | 6 |
| <i>Definició de preu i proposta de valor</i> | 4 |
| Fonaments de matemàtiques per a l'empresa | 8 |
| Relacions interpersonals a l'empresa | 6 |

| <i>Grau MK i CD</i> | |
|---|------------|
| Nom assignatura | Cr. |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| <i>Eines TIC per treballar a la xarxa</i> | 6 |
| Fonaments de Màrqueting | 6 |
| Administració d'empreses | 6 |
| Introducció a les comunitats digitals | 4 |
| El pla de màrqueting | 4 |
| Gestió de plataformes digitals | 6 |
| Comportament del Consumidor | 4 |
| Fonaments de dret | 6 |
| Anglès comercial | 8 |
| Disseny de Producte i gestió de marca | 6 |
| Investigació de mercats | 6 |
| Introducció a la comptabilitat | 6 |
| Sense correspondència | |
| Fonaments d'estadística | 6 |
| Definició de preu i proposta de valor | 4 |
| Sense correspondència | |
| Relacions interpersonals en l'empresa | 6 |

| | |
|---|----|
| <i>Mètriques aplicades al Màrqueting</i> | 4 |
| <i>Distribució, logística i relació amb els canals</i> | 4 |
| <i>Estratègies de Publicitat i Promoció</i> | 4 |
| Anglès per a negocis | 6 |
| <i>Gestió de la propietat Intel·lectual</i> | 4 |
| <i>Comunicació 2.0</i> | 4 |
| <i>Xarxes socials</i> | 4 |
| Anàlisi del entorn macroeconòmic | 4 |
| <i>Reputació on line i identitat digital</i> | 6 |
| <i>Màrqueting social i d'esdeveniments</i> | 4 |
| Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències | 4 |
| <i>Mitjans digitals i audiències</i> | 6 |
| Fiscalitat de l'empresa | 4 |
| <i>Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials</i> | 6 |
| Tècniques quantitatives per la gestió financera | 4 |
| Anglès empresarial | 6 |
| <i>Estratègies avançades en xarxes socials</i> | 6 |
| Comptabilitat de costos | 4 |
| Inversió i finançament a curt termini | 6 |
| Gestió de la producció i les operacions | 4 |
| Direcció financera | 6 |
| Innovació estratègica | 6 |
| <i>Estratègia i gestió de vendes</i> | 4 |
| <i>Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting</i> | 4 |
| Noves tendències d'administració empresarial | 6 |
| Gestió de la qualitat i la innovació | 6 |
| Emprenedoria | 6 |
| <i>Màrqueting Institucional</i> | 4 |
| Creativitat i innovació | 6 |
| <i>Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials</i> | 6 |
| <i>Elaboració de Projectes</i> | 4 |
| Innovació i desenvolupament en una economia global | 4 |
| Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica | 6 |
| <i>Disseny i gestió de la innovació</i> | 6 |
| Màrqueting de continguts | 6 |
| Treball Final de Grau | 14 |
| <i>Treball Final de Grau</i> | 14 |
| Pràctiques Externes | 14 |

| | |
|--|----|
| Mètriques aplicades al Màrqueting | 4 |
| Distribució, logística i relació amb els canals | 4 |
| Estratègies de Publicitat i Promoció | 4 |
| Sense correspondència | |
| Gestió de la propietat intel·lectual | 4 |
| Comunicació 2.0 | 4 |
| Xarxes socials | 4 |
| Sense correspondència | |
| Reputació online i identitat digital | 6 |
| Màrqueting social i d'esdeveniments | 4 |
| Sense correspondència | |
| Mitjans digitals i audiències | 6 |
| Sense correspondència | |
| Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials | 6 |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| Estratègies avançades en xarxes socials | 6 |
| Sense correspondència | |
| Gestió Financera per al Màrqueting | 6 |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| Innovació estratègica | 6 |
| Estratègia i gestió de vendes | 4 |
| Disseny i execució d'una campanya de màrqueting | 4 |
| Sense correspondència | |
| Sense correspondència | |
| Emprenedoria i gestió d'equips | 6 |
| Màrqueting Institucional | 4 |
| Sense correspondència | |
| Implicacions econòmiques i socials de les xarxes socials | 6 |
| Elaboració de projectes | 4 |
| Innovació i desenvolupament en una economia global | 4 |
| Sense correspondència | |
| Disseny i Gestió de la innovació | 6 |
| Màrqueting de continguts | 6 |
| Sense correspondència | |
| Treball Final de Grau | 14 |
| Pràctiques externes | 14 |
| OPTATIVES | 20 |