

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

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: (Total 60 ECTS)

Primer trimestre: 24		Cr	Segon trimestre: 16		Cr	Tercer trimestre: 20		Cr
Fonaments d' Economia (FB)	6		Administració d'Empreses (FB)	6		<i>El Pla de Màrqueting (Ob)</i>	4	
L'organització empresarial: teoria i perspectives (Ob)	4		<i>Introducció a les comunitats digitals (Ob)</i>	4		<i>Gestió de plataformes digitals (FB)</i>	6	
<i>Eines TIC per a treballar en la xarxa (FB)</i>	6					<i>Comportament del consumidor (Ob)</i>	4	
<i>Fonaments de Màrqueting (FB)</i>	6		Dret empresarial (FB)					8
Anglès Comercial (FB) 6								

Segon curs: (Total 60 ECTS)

Primer trimestre 24		Cr	Segon trimestre: 16		Cr	Tercer trimestre: 20		Cr
<i>Disseny de producte i gestió de marca (Ob)</i>	6		<i>Fonaments d'estadística (FB)</i>		6	Relacions interpersonals a l'empresa (FB)		6
<i>Investigació de mercats (FB)</i>	6		<i>Definició de preu i proposta de valor (Ob)</i>		4	<i>Mètriques aplicades al Màrqueting (Ob)</i>		4
Introducció a la Comptabilitat (FB)	6					<i>Distribució, logística i relació amb els canals (Ob)</i>		4
Fonaments de matemàtiques per a l'empresa (FB)					8	<i>Estratègies de Publicitat i Promoció (Ob)</i>		4
Anglès per a negocis (Ob) 6								

Tercer curs: (Total 62 ECTS)

Primer trimestre: 18		Cr	Segon trimestre: 22		Cr	Tercer trimestre: 22		Cr
<i>Gestió de la propietat Intel·lectual (Ob)</i>	4		<i>Reputació on line i identitat digital (Ob)</i>		6	<i>Mitjans digitals i audiències (Ob)</i>		6
<i>Comunicació 2.0 (Ob)</i>	4		<i>Màrqueting social i d'esdeveniments (Ob)</i>		4	Fiscalitat de l'empresa (Ob)		4
<i>Xarxes socials (Ob)</i>	4		Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències (Ob)		4	<i>Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials (Ob)</i>		6
Anàlisi de l'entorn macroeconòmic (Ob)	4		Comptabilitat financera (Ob)		6	Tècniques quantitatives per a la gestió financera (Ob)		4
Anglès empresarial (Ob) 6								

Quart curs: (Total 62 ECTS)

Primer trimestre: 20		Cr	Segon trimestre: 20		Cr	Tercer trimestre: 22		Cr
<i>Estratègies avançades en xarxes socials (Ob)</i>	6		Direcció financera (Ob)		6	Noves tendències d'administració empresarial (Ob)		6
Comptabilitat de costos (Ob)	4		Innovació estratègica (Ob)		6	Gestió de qualitat i innovació (Ob)		6
Inversió i finançament a curt termini (Ob)	6		<i>Estratègia i gestió de vendes (Ob)</i>		4	<i>Emprenedoria i gestió d'equips (Ob)</i>		6
Gestió de la producció i les operacions (Ob)	4		<i>Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting (Ob)</i>		4	<i>Màrqueting Institucional (Ob)</i>		4

Cinquè curs: (Total 80 ECTS)

Primer trimestre: 20		Cr	Segon trimestre: 18		Cr	Tercer trimestre		Cr
Creativitat i innovació (Ob)	6		Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica (Ob)		6			
<i>Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials (Ob)</i>	6		<i>Disseny i gestió de la innovació (Ob)</i>		6			
<i>Elaboració de Projectes (Ob)</i>	4		Marqueting de continguts (Ob)		6			
<i>Innovació i desenvolupament en una economia global (Ob)</i>	4							
Treball Final de Grau (Ob) 14								
<i>Treball Final de Grau (Ob) 14</i>								
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 acadèmic 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'avversió 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 manejant adequada i oportunament 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 emprenedoria 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

Doble titulació		Grau Ade i Gi	
Nom assignatura	Crèdits	Nom assignatura	Crèdits
Fonaments d' Economia (FB)	6	Fonaments d'economia	6
La organització empresarial: teoria i perspectives (Ob)	4	L'organització empresarial	4
<i>Eines TIC per a treballar en la xarxa (FB)</i>	6	Sistemes d'informació	6
<i>Fonaments de Màrqueting (FB)</i>	6	Direcció comercial	6
Administració d'Empreses (FB)	6	Administració d'empreses	6
<i>Introducció a les comunitats digitals (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
<i>El Pla de Màrqueting (Ob)</i>	4	El pla de màrqueting	4
<i>Gestió de plataformes digitals (FB)</i>	6	Sense correspondència	

<i>Comportament del consumidor (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
Dret empresarial	8	Dret empresarial	8
Anglès Comercial	6	Anglès comercial	6
<i>Disseny de producte i gestió de marca (Ob)</i>	6	Sense correspondència	
<i>Investigació de mercats (FB)</i>	6	Noves tendències en marketing	6
Introducció a la Comptabilitat (FB)	6	Introducció a la comptabilitat	6
Comptabilitat financera (Ob)	6	Comptabilitat financera	6
<i>Fonaments d'estadística (FB)</i>	6	Fonaments d'estadística	6
<i>Definició de preu i proposta de valor (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
Fonaments de matemàtiques per a l'empresa (FB)	8	Fonaments de matemàtiques	8
Relacions interpersonals a l'empresa (FB)	6	Relacions interpersonals en l'empresa	6
<i>Distribució, logística i relació amb els canals (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
<i>Estratègies de Publicitat i Promoció (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
Anglès per a negocis (Ob)	6	Anglès per a negocis	6
<i>Gestió de la propietat Intel·lectual (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
<i>Comunicació 2.0 (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
<i>Xarxes socials (Ob)</i>	4	Xarxes socials	6
Anàlisi de l'entorn macroeconòmic (Ob)	4	Anàlisi de l'entorn macroeconòmic	4
<i>Reputació on line i identitat digital (Ob)</i>	6	Sense correspondència	
<i>Mètriques aplicades al Màrqueting (Ob)</i>	4	Mètodes quantitius	4
<i>Màrqueting social i d'esdeveniments (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències (Ob)	4	Patrons internacionals innovadors	4
<i>Mitjans digitals i audiències (Ob)</i>	6	Sense correspondència	
Fiscalitat de l'empresa (Ob)	4	Fiscalitat de l'empresa	4
<i>Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials (Ob)</i>	6	Sense correspondència	
Tècniques quantitatives per la gestió financera (Ob)	4	Tècniques quantitatives	4
Anglès empresarial	6	Anglès empresarial	6
<i>Estratègies avançades en xarxes socials (Ob)</i>	6	Sense correspondència	
Comptabilitat de costos	4	Comptabilitat de costos	4
Inversió i finançament a curt termini (Ob)	6	Inversió i finançament a curt termini	6
Gestió de la producció i les operacions (Ob)	4	Gestió de la producció i les operacions	4
Direcció financera (Ob)	6	Direcció financera	6
Innovació estratègica (Ob)	6	Innovació estratègica	6
<i>Estratègia i gestió de vendes (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
<i>Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
Noves tendències d'administració empresarial (Ob)	6	Noves tendències en administració emp	6
Gestió de qualitat i innovació (Ob)	6	Gestió de qualitat i innovació	6
<i>Emprenedoria i gestió d'equips (Ob)</i>	6	Emprenedoria i gestió d'equips	6
<i>Màrqueting Institucional (Ob)</i>	4	Sense correspondència	
Creativitat i innovació (Ob)	6	Creativitat i innovació	6
<i>Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials (Ob)</i>	6	Sense correspondència	

<i>Elaboració de Projectes (Ob)</i>	4	Elaboració de projectes	4
<i>Innovació i desenvolupament en una economia global (Ob)</i>	4	Innovació i desenvolupament	4
Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica (Ob)	6	Creació d'empreses	6
<i>Disseny i gestió de la innovació (Ob)</i>	6	Disseny i gestió de la innovació	6
Marqueting de continguts (Ob)	6	Sense correspondència	
Treball Final de Grau (Ob) 14	14	Treball fi de Grau	14
<i>Treball Final de Grau (Ob) 14</i>	14	Sense correspondència	
Pràctiques Externes (Ob) 14	14	Pràctiques externes	14
		OPTATIVES	20
Total de crèdits dels dos graus	324	Total de crèdits per grau	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.

Doble titulació		Grau MK i CD	
Nom assignatura	Crèdits	Nom assignatura	Crèdits
Fonaments d' Economia (FB)	6	Sense correspondència	
La organització empresarial: teoria i perspectives (Ob)	4	Sense correspondència	
<i>Eines TIC per a treballar en la xarxa (FB)</i>	6	Eines TIC per treballar a la xarxa	6
<i>Fonaments de Màrqueting (FB)</i>	6	Fonaments de Màrqueting	6
Administració d'Empreses (FB)	6	Administració d'empreses	6
<i>Introducció a les comunitats digital (Ob)</i>	4	Introducció a les comunitats digitals	4
<i>El Pla de Màrqueting (Ob)</i>	4	El pla de màrqueting	4
<i>Gestió de plataformes digitals (FB)</i>	6	Gestió de plataformes digitals	6
<i>Comportament del consumidor (Ob)</i>	4	Comportament del Consumidor	4
Dret empresarial	8	Fonaments de dret	6
Anglès Comercial	6	Anglès comercial	8
<i>Disseny de producte i gestió de marca (Ob)</i>	6	Disseny de Producte i gestió de marca	6
<i>Investigació de mercats (FB)</i>	6	Investigació de mercats	6
Introducció a la Comptabilitat FB)	6	Introducció a la comptabilitat	6
Comptabilitat financera (Ob)	6	Sense correspondència	
<i>Fonaments de estadística (FB)</i>	6	Fonaments d'estadística	6
<i>Definició de preu i proposta de valor (Ob)</i>	4	Definició de preu i proposta de valor	4
Fonaments de matemàtiques per a l'empresa (FB)	8	Sense correspondència	
Relacions interpersonals a l'empresa (FB)	6	Relacions interpersonals en l'empresa	6
<i>Mètriques aplicades al Màrqueting (Ob)</i>	4	Mètriques aplicades al Màrqueting	4
<i>Distribució, logística i relació amb els canals (Ob)</i>	4	Distribució, logística i relació amb els canals	4
<i>Estratègies de Publicitat i Promoció (Ob)</i>	4	Estratègies de Publicitat i Promoció	4

Anglès per a negocis (Ob)	6	Sense correspondència	
<i>Gestió de la propietat Intel·lectual (Ob)</i>	4	Gestió de la propietat intel·lectual	4
<i>Comunicació 2.0 (Ob)</i>	4	Comunicació 2.0	4
<i>Xarxes socials (Ob)</i>	4	Xarxes socials	4
Anàlisi del entorn macroeconòmic (Ob)	4	Sense correspondència	
<i>Reputació on line i identitat digital (Ob)</i>	6	Reputació online i identitat digital	6
<i>Màrqueting social i d'esdeveniments (Ob)</i>	4	Màrqueting social i d'esdeveniments	4
Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències (Ob)	4	Sense correspondència	
<i>Mitjans digitals i audiències (Ob)</i>	6	Mitjans digitals i audiències	6
Fiscalitat de l'empresa (Ob)	4	Sense correspondència	
<i>Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials (Ob)</i>	6	Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	6
Tècniques quantitatives per la gestió financera (Ob)	4	Sense correspondència	
Anglès empresarial	6	Sense correspondència	
<i>Estratègies avançades en xarxes socials (Ob)</i>	6	Estratègies avançades en xarxes socials	6
Comptabilitat de costos	4	Sense correspondència	
Inversió i finançament a curt termini (Ob)	6	Gestió Financera per al Màrqueting	6
Gestió de la producció i les operacions (Ob)	4	Sense correspondència	
Direcció financera (Ob)	6	Sense correspondència	
Innovació estratègica (Ob)	6	Innovació estratègica	6
<i>Estratègia i gestió de vendes (Ob)</i>	4	Estratègia i gestió de vendes	4
<i>Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting (Ob)</i>	4	Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	4
Noves tendències d'administració empresarial (Ob)	6	Sense correspondència	
Gestió de qualitat i innovació (Ob)	6	Sense correspondència	
<i>Emprenedoria i gestió d'equips (Ob)</i>	6	Emprenedoria i gestió d'equips	6
<i>Màrqueting Institucional (Ob)</i>	4	Màrqueting Institucional	4
Creativitat i innovació (Ob)	6	Sense correspondència	
<i>Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials (Ob)</i>	6	Implicacions econòmiques i socials de les xarxes socials	6
<i>Elaboració de Projectes (Ob)</i>	4	Elaboració de projectes	4
<i>Innovació i desenvolupament en una economia global (Ob)</i>	4	Innovació i desenvolupament	4
Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica (Ob)	6	Sense correspondència	
<i>Disseny i gestió de la innovació (Ob)</i>	6	Disseny i Gestió de la innovació	6
Marqueting de continguts (Ob)	6	Màrqueting de continguts	6
Treball Final de Grau (Ob) 14	14	Sense correspondència	
<i>Treball Final de Grau (Ob) 14</i>	14	Treball fi de Grau	14
Pràctiques Externes (Ob) 14	14	Pràctiques externes	14
		OPTATIVES	20

Total de crèdits dels dos graus:

324

Total de crèdits per grau

240