

IMPRESO SOLICITUD PARA VERIFICACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES

1. DATOS DE LA UNIVERSIDAD, CENTRO Y TÍTULO QUE PRESENTA LA SOLICITUD

De conformidad con el Real Decreto 1393/2007, por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales

UNIVERSIDAD SOLICITANTE		CENTRO		CÓDIGO CENTRO
Universidad Miguel Hernández de Elche		Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-VALENCIA)		46035070
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA		
Grado		Dirección de Empresas en el Ámbito Digital / Digital Business		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA				
Graduado o Graduada en Dirección de Empresas en el Ámbito Digital / Digital Business por la Universidad Miguel Hernández de Elche				
NIVEL MECES				
2 2				
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas		No		
ÁMBITO DE CONOCIMIENTO				
Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo				
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN		
No				
SOLICITANTE				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
María del Carmen López Ruiz		Jefa del Servicio de Gestión de Estudios		
REPRESENTANTE LEGAL				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
SUSANA FERNÁNDEZ DE ÁVILA LÓPEZ		Vicerrectora de Estudios		
RESPONSABLE DEL TÍTULO				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
SUSANA FERNÁNDEZ DE ÁVILA LÓPEZ		Vicerrectora de Estudios		
2. DIRECCIÓN A EFECTOS DE NOTIFICACIÓN				
A los efectos de la práctica de la NOTIFICACIÓN de todos los procedimientos relativos a la presente solicitud, las comunicaciones se dirigirán a la dirección que figure en el presente apartado.				
DOMICILIO		CÓDIGO POSTAL	MUNICIPIO	TELÉFONO
Avda. de la Universidad, s/n		03202	Elx/Elche	689580072
E-MAIL		PROVINCIA		FAX
grado@umh.es		Alicante/Alacant		966658799



3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, se informa que los datos solicitados en este impreso son necesarios para la tramitación de la solicitud y podrán ser objeto de tratamiento automatizado. La responsabilidad del fichero automatizado corresponde al Consejo de Universidades. Los solicitantes, como cedentes de los datos podrán ejercer ante el Consejo de Universidades los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación a los que se refiere el Título III de la citada Ley Orgánica 3/2018, sin perjuicio de lo dispuesto en otra normativa que ampare los derechos como cedentes de los datos de carácter personal.

El solicitante declara conocer los términos de la convocatoria y se compromete a cumplir los requisitos de la misma, consintiendo expresamente la notificación por medios telemáticos a los efectos de lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

	En: Alicante/Alacant, AM 30 de enero de 2024
	Firma: Representante legal de la Universidad



1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. DATOS BÁSICOS

NIVEL	DENOMINACIÓN ESPECÍFICA	CONJUNTO	CONVENIO	CONV. ADJUNTO
Grado	Graduado o Graduada en Dirección de Empresas en el Ámbito Digital / Digital Business por la Universidad Miguel Hernández de Elche	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

RAMA	ISCED 1	ISCED 2
Ciencias Sociales y Jurídicas	Administración y gestión de empresas	Marketing y publicidad

ÁMBITO DE CONOCIMIENTO

Ciencias económicas, administración y dirección de empresas, márketing, comercio, contabilidad y turismo

NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA

AGENCIA EVALUADORA

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación

UNIVERSIDAD SOLICITANTE

Universidad Miguel Hernández de Elche

LISTADO DE UNIVERSIDADES

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
055	Universidad Miguel Hernández de Elche

LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS

CÓDIGO	UNIVERSIDAD
No existen datos	

LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES

No existen datos

1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	12
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
12	150	6

LISTADO DE MENCIONES

MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS
No existen datos	

1.3. Universidad Miguel Hernández de Elche

1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

LISTADO DE CENTROS

CÓDIGO	CENTRO
46035070	Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-VALENCIA)

1.3.2. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-VALENCIA)

1.3.2.1. Datos asociados al centro

TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO

PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	VIRTUAL
Sí	No	No

PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS



PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
40	50	50
CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
50	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	60.0	60.0
RESTO DE AÑOS	60.0	78.0
TIEMPO PARCIAL		
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
PRIMER AÑO	36.0	36.0
RESTO DE AÑOS	18.0	36.0
NORMAS DE PERMANENCIA		
http://estudios.umh.es/files/2015/06/Normativa-permanencia-DOCV.pdf		
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	



2. JUSTIFICACIÓN, ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA Y PROCEDIMIENTOS

Ver Apartado 2: Anexo 1.

3. COMPETENCIAS

3.1 COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES
BÁSICAS
CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
GENERALES
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.
CG10 - Ser capaz de gestionar y coordinar recursos y equipos humanos en la ejecución de proyectos en la gestión empresarial
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.
3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES
No existen datos
3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.
CE20 - Comprender las nociones y estructuras básicas de los RR.HH. y la gestión del talento en los negocios digitales.
CE21 - Capacidad para elaborar e interpretar la información contable en un negocio digital.
CE22 - Comprender las operaciones financieras que ocurren en el ámbito de los negocios digitales.
CE1 - Entender la interacción entre los diferentes agentes económicos de los mercados y la economía digital.
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.



CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.
CE4 - Conocer los mecanismos legislativos de incidencia en el negocio digital de forma teórico- práctica: Conocimiento del entorno legal básico de los negocios digitales, así como de la nomenclatura y estructura de los contratos más habituales.
CE5 - Saber analizar la problemática empresarial a través de las funciones directivas (planificación, organización, dirección de personas y control) en el entorno de la economía digital.
CE6 - Comprender los principios de la ética empresarial y la Responsabilidad Social Corporativa en la dirección de empresas y el ámbito digital y ser capaz de diseñar escenarios en los que se puedan poner en práctica.
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.
CE9 - Capacidad para diseñar y gestionar un plan de negocio en el ámbito digital.
CE10 - Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en el marco de la economía digital.
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.
CE13 - Capacidad para comprender la función comercial de un negocio digital, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
CE14 - Conocer y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales.
CE15 - Diseñar e implantar un plan de marketing integrado (on y off) en un negocio digital.
CE16 - Ser capaz de llevar a cabo acciones de publicidad y comunicación haciendo uso de los nuevos sistemas digitales de interacción entre personas (redes sociales, etc.).
CE17 - Comprender el comportamiento del consumidor digital al objeto de identificar y evaluar las variables clave que lo condicionan y detectar tendencias del consumo en el contexto de la economía digital.
CE18 - Comprender los procesos de optimización de navegación y experiencia en dispositivos digitales.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1 SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIO

Ver Apartado 4: Anexo 1.

4.2 REQUISITOS DE ACCESO Y CRITERIOS DE ADMISIÓN

Los requisitos de acceso a esta titulación son los establecidos con carácter general para el acceso a los estudios universitarios oficiales de Grado en el Capítulo II del Real Decreto 412/2014, de 6 de junio, por el que se establece la normativa básica de los procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias de grado.

En lo referente al acceso a estudios de Grado, podrán acceder, en las condiciones que se determinan en el Real Decreto 412/2014, quienes reúnan alguno de los siguientes requisitos:

1. Estudiantes en posesión del Título de Bachiller del Sistema Educativo Español o de otro declarado equivalente.
2. Estudiantes en posesión del Título de Bachillerato Europeo o del diploma de Bachillerato internacional.
3. Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios de Bachillerato o Bachiller procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad.
4. Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios homologados al Título de Bachiller del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del Título de Bachiller en régimen de reciprocidad, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.
5. Estudiantes en posesión de los títulos oficiales de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño o de Técnico Deportivo Superior perteneciente al Sistema Educativo Español, o de títulos, diplomas o estudios declarados equivalentes u homologados a dichos títulos, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.
6. Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios, diferentes de los equivalentes a los títulos de Bachiller, Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en un Estado miembro de la Unión Europea o en otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en dicho Estado miembro para acceder a sus Universidades.
7. Personas mayores de veinticinco años que superen la prueba de acceso establecida en el Real Decreto 412/2014.



8. Personas mayores de cuarenta años con experiencia laboral o profesional en relación con una enseñanza.

A efectos de este tipo de acceso, la Universidad aprobó en Consejo de Gobierno de fecha 1 de julio de 2009 los criterios de acreditación y ámbito de la experiencia laboral y profesional aportada, para ordenar a los candidatos que soliciten acceder a un Título oficial de Grado de la Universidad Miguel Hernández de Elche. Entre estos criterios se incluye una entrevista personal con el candidato.

1. Personas mayores de cuarenta y cinco años que superen la prueba de acceso establecida en el Real Decreto 412/2014.
2. Estudiantes en posesión de un Título universitario oficial de Grado, Máster o Título equivalente.
3. Estudiantes en posesión de un Título universitario oficial de Diplomado universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, correspondientes a la anterior ordenación de las enseñanzas universitarias o Título equivalente.
4. Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación en España y deseen continuar estudios en una universidad española. En este supuesto, será requisito indispensable que la universidad correspondiente les haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.
5. Estudiantes que estuvieran en condiciones de acceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre.

El perfil de acceso del estudiante al Grado en Dirección de Empresas en el Ámbito Digital / Digital Business es el siguiente:

1. Bachillerato: Humanidades y Ciencias Sociales.
2. Títulos de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño y de Técnico Deportivo Superior de las Familias profesionales adscritas a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas.

En cuanto al perfil de ingreso que se recomienda dado el carácter multidisciplinar del Grado en Dirección de Empresa en el Ámbito Digital (Digital Business), es el de un estudiante que posea una serie de características y habilidades, tales como:

- Carácter sociable y extrovertido
- Interés por las diferentes culturas del mundo
- Sensibilidad por los temas sociales
- Interés por las actividades creativas
- Capacidad para las relaciones personales
- Dotes comerciales
- Capacidad de trabajo en equipo
- Capacidad de acción e iniciativa
- Facilidad para la comunicación
- Interés por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
- Predisposición para la Economía Digital

Criterios de admisión

La admisión a estos estudios, viene regulada con carácter general en el Capítulo III del Real Decreto 412/2014, y será de aplicación a partir del curso académico 2017/18:

1. Las Universidades podrán bien determinar la admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado utilizando exclusivamente el criterio de la calificación final obtenida en el Bachillerato, o bien fijar procedimientos de admisión, en cualquiera de los supuestos que se indican a continuación:

- a) Estudiantes en posesión del Título de Bachiller del Sistema Educativo Español o declarado equivalente.
- b) Estudiantes que se encuentren en posesión del Título de Bachillerato Europeo en virtud de las disposiciones contenidas en el Convenio por el que se establece el Estatuto de las Escuelas Europeas, hecho en Luxemburgo el 21 de junio de 1994; estudiantes que hubieran obtenido el Diploma del Bachillerato Internacional, expedido por la Organización del Bachillerato Internacional, con sede en Ginebra (Suiza), y estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios de Bachillerato o Bachiller procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, siempre que dichos estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.

2. Las Universidades fijarán en todo caso procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, en los siguientes supuestos:

- a) Estudiantes en posesión de los títulos oficiales de Técnico Superior de Formación Profesional, de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, o en posesión de títulos, diplomas o estudios homologados o declarados equivalentes a dichos títulos, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.



b) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios equivalentes al Título de Bachiller del Sistema Educativo Español, procedentes de sistemas educativos de Estados miembros de la Unión Europea o los de otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes no cumplan los requisitos académicos exigidos en sus sistemas educativos para acceder a sus Universidades.

c) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios, obtenidos o realizados en sistemas educativos de Estados que no sean miembros de la Unión Europea con los que no se hayan suscrito acuerdos internacionales para el reconocimiento del Título de Bachiller en régimen de reciprocidad, homologados o declarados equivalentes al Título de Bachiller del Sistema Educativo Español, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4.

3. Las Universidades podrán fijar procedimientos de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado, en los supuestos que se indican a continuación:

a) Estudiantes en posesión de un Título universitario oficial de Grado, Máster o título equivalente.

b) Estudiantes en posesión de un Título universitario oficial de Diplomado universitario, Arquitecto Técnico, Ingeniero Técnico, Licenciado, Arquitecto, Ingeniero, correspondientes a la anterior ordenación de las enseñanzas universitarias o Título equivalente.

c) Estudiantes que hayan cursado estudios universitarios parciales extranjeros o españoles, o que habiendo finalizado los estudios universitarios extranjeros no hayan obtenido su homologación o equivalencia en España y deseen continuar estudios en una universidad española. En este supuesto, será requisito indispensable que la Universidad correspondiente les haya reconocido al menos 30 créditos ECTS.

d) Estudiantes que estuvieran en condiciones de acceder a la universidad según ordenaciones del Sistema Educativo Español anteriores a la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre.

e) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios diferentes de los equivalentes a los títulos de Bachiller, Técnico Superior de Formación Profesional, Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, o de Técnico Deportivo Superior del Sistema Educativo Español, obtenidos o realizados en un Estado miembro de la Unión Europea o en otros Estados con los que se hayan suscrito acuerdos internacionales aplicables a este respecto, en régimen de reciprocidad, cuando dichos estudiantes cumplan los requisitos académicos exigidos en dicho Estado miembro para acceder a sus Universidades.

4. En los supuestos que se indican a continuación, los estudiantes deberán cumplir los requisitos que se indican en este real decreto:

a) Personas mayores de veinticinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.

b) Personas mayores de cuarenta años que acrediten experiencia laboral o profesional en relación con una enseñanza.

c) Personas mayores de cuarenta y cinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.

La Comisión Gestora de los Procesos de Acceso y Preinscripción en las Universidades Públicas del Sistema Universitario Valenciano, regulada en el Decreto 80/2010, de 7 de mayo, del Consell, es la encargada de adoptar los acuerdos sobre regulación de los procedimientos de admisión al primer curso de las enseñanzas universitarias oficiales de Grado en las universidades públicas y sus centros adscritos de la Comunitat Valenciana. Para el curso 2018/19 estos procedimientos están pendientes de aprobación ya que están supeditados al establecimiento por parte del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de las características, el diseño y el contenido de la prueba de evaluación final del Bachillerato.

El alumnado que cumpla los requisitos académicos correspondientes y quiera acceder a las enseñanzas universitarias de Grado impartidas por centros propios o adscritos a universidades públicas del Sistema Universitario Valenciano, que tengan aprobado un número limitado de plazas de acceso, deberán solicitar su admisión en las mismas a través del proceso general de preinscripción.

A efectos del acceso a la universidad, las universidades públicas valencianas se considerarán como una sola, por lo que el proceso de preinscripción será común y único en todas ellas, con independencia de aquella en la que hayan superado la prueba de acceso.

ESIC, como centro adscrito, ajusta las ponderaciones a los criterios de admisión establecidos por la UMH, que se encuentran explicitados en el documento Acceso y Admisión a la Universidad en el curso 2018/2019 que publica la UMH en su página web.

Además de esto y dado que el Grado se imparte de manera progresiva en idioma inglés los alumnos que no acrediten oficialmente un nivel de lengua inglesa de B2 (El nivel B2 del Marco Común Europeo de Referencia-MCER-, que define los distintos niveles de un idioma establecidos por el Consejo de Europa), deberán realizar una prueba de nivel que justifique que su nivel es ese.

Dicha prueba constará de las siguientes secciones:

- Use of English

- Reading

- Writing

- Speaking

De esta forma, los alumnos deberán demostrar tener un nivel de B2 para poder matricularse del Grado en Dirección de Empresas en el Ámbito Digital / Digital Business.

4.3 APOYO A ESTUDIANTES

La ESCUELA SUPERIOR DE GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING ESIC durante el curso académico realiza una serie de "acciones" de apoyo y orientación al alumnado, encaminadas a fomentar la formación integral (técnica y personal) del mismo. Estas, básicamente, consisten en:

JORNADA-SESIÓN de BIENVENIDA: Todos los años, como acto previo al inicio de curso, se organiza una sesión informativa para los alumnos/as (y familias en el caso del alumnado de Primer curso) matriculados en los distintos cursos de los Estudios de Grado. En ella, se informa de las novedades y características del curso y de la Escuela.



Para el caso de los alumnos de primero, el primer día de clase se utiliza aproximadamente una hora para explicarles quienes conforman los diferentes departamentos que tienen a su disposición (Dirección General, Administración, Secretaría, Biblioteca, Desarrollo Profesional, etc) y las personas de referencia. En esta sesión se explica la labor de la figura del Tutor del Curso (que se presenta a los alumnos en este acto) así como del Director/Coordinador de la Titulación, como responsables directamente involucrados en el buen funcionamiento del curso y la Titulación en general, encargados de mediar y resolver o trasladar a quien corresponda los problemas que puedan surgir.

Los alumnos reciben el Manual de Bienvenida, que contiene de forma muy detallada toda la información básica y genérica de ESIC que les puede resultar de interés.

CURSO DE PRERREQUISITOS MATEMÁTICO-NUMÉRICOS: Previo al inicio de curso se realiza un curso de "nivelación" para que los alumnos/as puedan afrontar las materias, que tengan necesidades de conocimientos cuantitativos previos, con mayores garantías y eficacia.

CURSO DE PRERREQUISITOS CONTABLES: Antes del inicio del curso y al igual que el anterior busca que tengan necesidades de conocimientos cuantitativos previos, con mayores garantías y eficacia.

CURSO DE PRERREQUISITOS INFORMÁTICOS: Se busca que tengan cubiertas las necesidades básicas para una correcta elaboración de los trabajos y las presentaciones que irán realizando desde el inicio de sus estudios.

PÁGINA WEB: ESIC cuenta con una página web para consulta de sus alumnos/as (www.esic.edu) en la que se recoge información sobre la Institución, Área Universitaria, Postgrado, Executive Education, Editorial, Idiomas, y aspectos de tipo Académico, Formación, Publicaciones, Tablón de Anuncios y Comunicados, Documentación, Gestión Académica, Foros, Guía Académica, Programas.

GUÍA ACADÉMICA: Documento que recoge el funcionamiento de la Escuela (Estructura organizativa, Régimen Académico: calendario, horarios, asistencia a clase, exámenes, planes de estudio y titulaciones, Departamentos académicos, Normativa del Centro, Servicios del alumnado).

PAT: En ESIC contamos con un plan de acción tutorial (PAT) para la acogida del alumnado en su proceso de ingreso y adaptación a la escuela. Al inicio del curso, se asignan tutores para los alumnos del primer curso. Se conciertan reuniones y entrevistas de orientación para ayudar durante el proceso de adaptación a la vida universitaria. Esta figura constituye una importante referencia para los nuevos alumnos en los ámbitos personal y académico.

Las funciones del tutor son las de dar a conocer al alumno la escuela (filosofía y recursos), facilitar información de la carrera, dinamizar el proceso universitario y posibilitar una mejor integración, tanto grupal como personal.

MENTOR: ESIC, en respuesta a las peticiones de los alumnos, ha puesto en marcha la figura del mentor. En los primeros días se presentan a los nuevos estudiantes varios alumnos de la misma titulación, de cursos superiores, que les prestan orientación y apoyo no estrictamente académico pero muy necesario y positivo para una mejor adaptación a la vida universitaria.

DEPARTAMENTO PSICOPEDAGÓGICO: Su finalidad es la orientación y apoyo al alumnado, tanto en el ámbito académico-técnico como personal, mediante reuniones individuales.

REUNIONES del ÁREA de GRADO: Primer y segundo semestre (con Delegados y Representantes grupales). Mediante estas reuniones se pretende recoger "propuestas" que contribuyan a la mejora de la calidad educativa y convivencial. Y además, mantener un constante feedback entre el alumnado y la escuela.

Asimismo, a través de la página principal de la Universidad (www.umh.es), el/la estudiante matriculado podrá acceder a la información necesaria para la obtención de Becas oficiales.

De cara a garantizar la integración del alumnado con discapacidad, el acceso a las instalaciones cumple los requisitos de accesibilidad universal. En este sentido, la entrada dispone de rampas de inclinación suave y el edificio dispone de un ascensor adaptado a sillas de ruedas.

Siguiendo los listados de acceso por el cupo de Discapacidad, y en función de necesidades especiales, el centro facilitará mesas adaptables a los/as estudiantes en sillas de ruedas, así como los mecanismos de comunicación necesarios para apoyar el seguimiento de las clases a los/as estudiantes con necesidades especiales, que así lo requieran.

La Comisión de Docencia, realiza un especial seguimiento y atención a los estudiantes con cualquier tipo de discapacidad que se especifican en el momento de la matrícula, o que sobrevenga en el periodo de estudio.

Esta Área también colabora apoyando y orientando al profesorado para la prevención de dificultades en el proceso de enseñanza-aprendizaje e informa de los recursos para atender al estudiante con discapacidad.

Alumnos/as en prácticas y Bolsa de Trabajo:

ESIC a través de su Unidad de Desarrollo Profesional ofrece un servicio tanto a los/as alumnos/as que están cursando sus últimos años de carrera en nuestro Centro Universitario, como a sus titulados/as, a lo largo de toda su vida profesional. Este servicio tiene como objetivo, no sólo facilitar la incorporación del alumno/a al mercado laboral, sino también apoyar y potenciar su trayectoria profesional. Esta incorporación y desarrollo posterior de la carrera profesional, se inicia con la fórmula del Convenios de Cooperación Educativa y posteriormente el/la antiguo/a alumno/a tiene la oportunidad de acceder a procesos de selección acordes a sus preferencias, formación y experiencia.

Este servicio profesional y personalizado, es posible gracias a un Sistema de Gestión totalmente informatizado, que pone en contacto a empresas con procesos de selección abiertos, con posibles candidatos/as que cumplan los requisitos del perfil que la empresa demanda, en un plazo aproximado de 48 horas.



Actualmente en ESIC Valencia se gestionan alrededor de 500 ofertas laborales entre Grado y Posgrado por curso académico, provenientes de todos los sectores y que cubren un amplio abanico de áreas funcionales y niveles jerárquicos.

De esta manera, ESIC facilita la incorporación y desarrollo profesional del/la Antigo/a Alumno/a en el mercado laboral, de acuerdo con sus deseos, intereses, necesidades y preferencias. Igualmente, la empresa tiene la oportunidad de atender sus necesidades de contratación de personal cualificado mediante un servicio integral de búsqueda, reclutamiento y preselección de candidatos/as Antiguos/as Alumnos/as de ESIC en cualquier área funcional, a cualquier nivel jerárquico y en cualquier punto de la geografía tanto nacional como internacional.

Complementando esta gestión, el Departamento ofrece a los/as alumnos/as una serie de servicios y actividades adicionales:

- Asesoramiento personalizado en consultoría de recursos humanos y mercado laboral acerca de cómo realizar el Curriculum Vitae, entrevistas de trabajo, técnicas de búsqueda de empleo, gestión del networking profesional, etc.
- Talleres y seminarios de orientación de la carrera profesional, así como apoyo al desarrollo del plan de carrera.
- Foro de Empleo en el que ponemos en contacto a los/as alumnos/as que se forman en nuestras aulas con las empresas participantes demandantes de talento directivo.
- Presentaciones Corporativas de empresas que nos explican su actividad, los perfiles de contratación y sus procesos de selección.
- Conferencias sobre la situación del mercado de trabajo y oportunidades de empleo.

Para el desarrollo de este servicio, ESIC pone a disposición de sus alumnos/as un equipo de profesionales dedicados a tiempo completo a esta labor, atendiendo a los alumnos y a las empresas de Lunes a Viernes de 9:00 a 20:00 h.

Por último, este departamento engloba también a ESIC-Emprendedores (<http://www.esic.edu/emprendedores/>) que se encargará de asesorar, formar y acompañar a los titulados de ESIC que apuesten por el autoempleo, desde el inicio de la idea de negocio y sus necesidades de financiación inicial hasta la consecución de la misma y el desarrollo de la empresa como realidad. Cabe destacar que todo el asesoramiento no tendrá coste para los emprendedores de ESIC.

Atención a Estudiantes Extranjeros:

Además de esta atención personalizada a través del departamento de Relaciones Internacionales de ESIC, toda aquella información que puede resultar de interés para un/a estudiante extranjero/a interesado/a en iniciar o continuar estudios en ESIC se encuentra recopilada en la página de la UMH, ya que a todos los efectos y siguiendo normativa vigente de la Universidad, ESIC se remite a las normativas redactadas por ella.

Atención a Estudiantes con Diversidad Funcional y Necesidades Educativas Especiales:

El Proyecto Diversidad de ESIC (<https://www.esic.edu/institucion/diversidad>) apuesta por ser un centro formativo inclusivo, propiciando una sociedad con igualdad de oportunidades y la no discriminación de las personas. El colectivo al que ESIC desea acercar a sus aulas es a la persona que por su género, raza, procedencia religión, o diversidad funcional, está siendo discriminada en un entorno empresarial. Además, el Proyecto Diversidad contempla al colectivo de personas con diversidad funcional (que acredite legalmente una discapacidad igual o superior al 33%).

En este proyecto, y coordinado desde la Unidad Técnica de Diversidad se contempla el apoyo al alumnado con Diversidad Funcional y/o Necesidades Educativas Especiales

El objetivo de este servicio dirigido a alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales es el siguiente:

- Facilitar el acceso a los estudios de educación superior.
- Garantizar la inclusión y la participación activa del alumnado en el campus.
- Atender las necesidades del alumnado de un modo individualizado.
- Realización de adaptaciones académicas.
- Garantizar la accesibilidad dentro de ESIC.
- Atender las necesidades de índole material y personal en el campus.

El alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales podrá solicitar cualquier necesidad y/o adaptaciones a través de la Unidad Técnica a la Diversidad diversidad@esic.edu. La Unidad Técnica a la Diversidad coordinará con todos las áreas/departamentos de ESIC en el Campus implicado las acciones necesarias para dar soluciones a las necesidades específicas expuestas.

4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS	
Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	0
Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	36
Adjuntar Título Propio	



Ver Apartado 4: Anexo 2.

Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional	
MÍNIMO	MÁXIMO
0	18
<p>Se transcribe seguidamente la normativa interna de la UMH en referencia al reconocimiento y transferencia de créditos.</p> <p>Ésta recoge la corrección de errores aprobada por el Consejo de Gobierno de la UMH, reunido en sesión de 29 de febrero de 2012, en relación al artículo 2.3 de la misma.</p> <p>Acuerdo de aprobación de la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Títulos Oficiales de Grado y Máster de la Universidad Miguel Hernández.</p> <p>Con el objeto de adecuar la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la Universidad Miguel Hernández al Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, que establece modificaciones de ciertos artículos del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que afectan al reconocimiento de créditos de estudios universitarios oficiales; Y vista la propuesta que formula la Vicerrectora de Estudios de la Universidad, el Consejo de Gobierno, reunido en sesión de 26 de octubre de 2011, ACUERDA:</p> <p>Aprobar la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Títulos Oficiales de Grado y Máster de la Universidad Miguel Hernández, en los términos reflejados a continuación:</p> <p>NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS DE LOS TÍTULOS OFICIALES DE GRADO Y MÁSTER DE LA UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE LECHE</p> <p>Preámbulo</p> <p>El Real Decreto 861/2010 de 2 de julio, establece modificaciones de ciertos artículos del Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que afectan al reconocimiento de créditos de estudios universitarios oficiales.</p> <p>Ante ello, se procede a adecuar a dichos preceptos la normativa propia de la Universidad Miguel Hernández de Elche (en adelante UMH) referente al reconocimiento y transferencia de créditos de los títulos de Grado y Máster universitario.</p> <p>Artículo 1. Objeto de la presente normativa</p> <p>Establecer los criterios normativos referentes al reconocimiento y transferencia de créditos aplicables en la UMH, en los estudios de Grado y Máster universitario, de acuerdo a lo expresado en el Real Decreto 1393/2007 de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010 de 2 de julio, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.</p> <p>Artículo 2. Reconocimiento de créditos</p> <p>2.1. Definición de reconocimiento de créditos</p> <p>El artículo 6.2 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, establece que se entiende por reconocimiento la aceptación por una universidad de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la misma u otra universidad, son computados en otras distintas a efectos de la obtención de un título oficial.</p> <p>Asimismo, podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales o en enseñanzas universitarias conducentes a la obtención de otros títulos, a los que se refiere el artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades.</p> <p>La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos, los cuales computarán a efectos de la obtención de un título oficial; siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título.</p> <p>En todo caso no podrán ser objeto de reconocimiento los créditos correspondientes a los trabajos de fin de grado y máster.</p> <p>2.2. Criterios para el reconocimiento de créditos</p> <p>2.2.1. Criterios básicos para el reconocimiento de créditos en los títulos de Grado</p> <p>El artículo 13 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, establece que además de lo establecido en el artículo 6 de ese Real Decreto, el reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Grado deberán respetar las siguientes reglas básicas:</p> <p>Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento al menos 36 créditos correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.</p> <p>Serán también objeto de reconocimiento los créditos obtenidos en aquellas otras materias de formación básica pertenecientes a la rama de conocimiento del título al que se pretende acceder.</p> <p>El resto de los créditos podrán ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y conocimientos adquiridos, bien en otras materias o enseñanzas cursadas por el estudiante o bien asociados a una previa experiencia profesional y los previstos en el plan de estudios o que tengan carácter transversal.</p> <p>2.2.2. Criterios específicos para el reconocimiento de créditos obtenidos en enseñanzas universitarias oficiales en los títulos de Grado y Máster</p> <p>Para poder ser reconocidos los créditos superados en cualquier asignatura o materia de enseñanzas universitarias oficiales, tanto españolas como extranjeras, deben ser tenidos en cuenta los siguientes extremos:</p> <p>Debe existir una adecuación entre las competencias, conocimientos, contenidos y créditos asociados a las materias</p>	



o asignaturas de la enseñanza de origen y los contemplados en las asignaturas o materias de destino o bien que tengan carácter transversal.

A los efectos indicados en el apartado anterior la equivalencia que debe darse para poder llevar a cabo el reconocimiento de créditos correspondientes será de al menos el 70%.

Las asignaturas cursadas y superadas por estudiantes en otras titulaciones universitarias oficiales, tanto españolas como extranjeras, que no tengan una equivalencia con asignaturas básicas, obligatorias u optativas de los estudios de Grado en la UMH, podrán ser objeto de reconocimiento dentro de la materia Competencias Transversales y Profesionales siempre y cuando contribuyan a la adquisición de las competencias específicas y generales de los estudios de Grado de la UMH.

Estos créditos reconocidos computarán en el expediente académico de los estudiantes con la calificación de APTO, bajo el epígrafe Créditos superados en otras titulaciones universitarias oficiales españolas y extranjeras.

2.3. Reconocimiento en los títulos de Grado por participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación: De acuerdo al artículo 12.8 del Real Decreto 1393/2077, modificado por el Real Decreto 861/2010 de julio, se establece que, según el artículo 46.2.i) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, los estudiantes podrán obtener reconocimiento académico en créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación.

A efectos de lo anterior, el plan de estudios deberá contemplar la posibilidad de que los estudiantes obtengan un reconocimiento de, al menos, 6 créditos sobre el total de dicho plan de estudios, por la participación en las mencionadas actividades.

Los estudiantes que tengan reconocidos créditos relativos a las actividades indicadas en su titulación de origen deberán solicitarlo de acuerdo al procedimiento establecido en el apartado 2.7. de esta normativa.

2.4. Reconocimiento de enseñanzas superiores oficiales en los títulos de Grado y Máster Podrán ser objeto de reconocimiento los créditos cursados en otras enseñanzas superiores oficiales en centros españoles o extranjeros, de acuerdo a los criterios establecidos en el apartado 2.2.2. de esta normativa y a la legislación vigente al efecto.

2.5. Reconocimiento de enseñanzas universitarias no oficiales en los títulos de Grado y Máster

Los créditos superados en cualquier enseñanza universitaria no oficial referente al artículo 34.1 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, de una universidad española podrán ser reconocidos en los mismos términos expresados en el apartado 2.2.2 de esta normativa. El reconocimiento de créditos en concepto de enseñanzas universitarias no oficiales y experiencia laboral o profesional conjuntamente no podrá ser superior al 15% del total de créditos que constituye el plan de estudios.

No obstante lo indicado en el apartado anterior, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente,

ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado o, en su caso, ser objeto de reconocimiento en su totalidad siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial.

Esta excepción sólo cabe para los títulos propios de la UMH y, asimismo, se cumplan todos los requerimientos que establece el artículo 6.4 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010 de 2 de julio.

2.6. Reconocimiento por experiencia laboral y profesional acreditada en los títulos de Grado y Máster

Podrán ser reconocidos créditos por la experiencia profesional y laboral acreditada, siempre que esté relacionada con las competencias inherentes al título correspondiente.

El reconocimiento de créditos por este apartado, con carácter general, se realizará respecto a la materia Competencias transversales y profesionales en los estudios de Grado y en las materias Optatividad del Máster y/o Prácticas en los estudios de Máster.

El período mínimo de tiempo acreditado de experiencia laboral o profesional que debe acreditar el estudiante para solicitar el reconocimiento debe ser de 3 meses a tiempo completo o su equivalente a tiempo parcial.

2.7. Procedimiento de reconocimiento de créditos en los títulos de Grado y Máster

2.7.1. Solicitud de reconocimiento de créditos

El estudiante debe solicitar el reconocimiento de créditos en el Centro de Gestión de Campus correspondiente.

La documentación que se debe acompañar a la solicitud es la siguiente:

Estudiante procedente de estudios superiores oficiales españoles:

Programas o guías docentes de las asignaturas superadas en la titulación de origen.

Certificado académico personal o suplemento europeo al título en su caso.

En el caso de estudios extranjeros la documentación debe estar legalizada y traducida al español por traductor jurado.

No se exige ningún tipo de legalización para los documentos si el país de origen es Suiza o pertenece a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo.

La acreditación de la experiencia profesional y laboral, podrá acreditarse mediante la aportación de la siguiente documentación:

Informe de la vida laboral.

Certificado de la empresa u organismo en el que se refleje la actividad realizada por el estudiante y el período de tiempo de ejercicio, en el que se pueda constatar que la antigüedad laboral en el grupo de cotización que el solicitante

considere, guarda relación con las competencias previstas en los estudios correspondientes. En el caso que no se pueda aportar por cierre patronal de la empresa, se presentará el contrato de trabajo correspondiente, que podrá ser considerado siempre que se pueda obtener del mismo la información necesaria sobre las competencias adquiridas. Si el estudiante ha realizado actividades en el Régimen General de Trabajadores Autónomos, se acreditará el epígrafe



del Impuesto de Actividades Económicas (IAE).
Certificado de estar colegiado en ejercicio, en su caso.

Certificado censal de la Agencia Estatal de Administración Tributaria en el caso de que el estudiante ejerza como liberal no dado de alta como autónomo.

Estudiante que ha cursado enseñanzas universitarias no oficiales:

Programas de las asignaturas superadas en el título propio.

Certificado académico expedido por la universidad que aprobó el título propio.

Las solicitudes de reconocimiento de créditos serán resueltas por el presidente de la Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos, previo informe del Decano o Director correspondiente en su caso.

El plazo de resolución de reconocimiento de créditos será establecido en el calendario académico de la universidad, no siendo nunca superior al 22 de diciembre del correspondiente curso académico.

La notificación de la resolución de la solicitud se efectuará al estudiante mediante aviso en su cuenta de correo institucional.

Las solicitudes de reconocimiento de créditos de aquellos estudiantes de la UMH de títulos en proceso de extinción, que continúen sus estudios en el título de Grado equivalente serán resueltas de acuerdo al procedimiento administrativo

establecido al efecto.

2.7.2. Efectos del reconocimiento de créditos.

Los créditos reconocidos serán incorporados en el expediente del estudiante mediante indicación en la asignatura, del plan de estudios del título de la UMH que no deba ser cursada por el estudiante, del término reconocido y la calificación previamente obtenida en la titulación de origen. En el caso de que el reconocimiento de créditos se realice

por varias asignaturas del título de origen, la calificación que se reflejará en el expediente del estudiante será la media ponderada de las notas consideradas en función de los créditos de las asignaturas.

En el caso de que las calificaciones aportadas por el estudiante se encuentren reflejadas de modo literal, se establecerán las siguientes equivalencias:

Nota literal

Calificación UMH

Aprobado 6

Notable 8

Sobresaliente 9,5

Matrícula de Honor 10

Asimismo, se deberá hacer mención en el expediente del estudiante de la Universidad, Facultad o Escuela y título de origen donde el estudiante ha superado los créditos reconocidos.

Los créditos reconocidos por actividades universitarias, experiencia laboral o profesional y títulos propios universitarios

no oficiales, no dispondrán de calificación y, por tanto, no serán considerados para establecer la nota media del expediente del estudiante.

La UMH habilitará los procedimientos necesarios de automatización del reconocimiento de créditos.

2.7.3. Recurso de las resoluciones de reconocimiento de créditos

Contra una resolución de reconocimiento de créditos, el estudiante podrá presentar recurso potestativo de reposición ante el Rector en el plazo de un mes contado a partir del día siguiente al de la recepción de la notificación de la resolución. Éste será resuelto por el Vicerrector competente por delegación del Rector.

Artículo 3. Transferencia de créditos

3.1. Definición de transferencia de créditos

El art. 6.6 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, expresa que la transferencia de créditos implica que, en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, se incluirán la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en la misma u otra universidad, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

3.2. Solicitud de transferencia de créditos

La transferencia de créditos se realizará a petición del estudiante una vez que éste haya superado al menos el 50% de los créditos de la enseñanza en la que está matriculado.

En el caso de que el estudiante haya finalizados sus estudios no podrá solicitar la transferencia de créditos.

La documentación necesaria que debe aportar el estudiante es la siguiente: Certificación académica personal emitida

por la Universidad de procedencia.

En el caso de estudios extranjeros la documentación debe estar legalizada y traducida al español por traductor jurado.

No se exige ningún tipo de legalización si el país de origen es Suiza o pertenece a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo.

En el caso de que la titulación de origen sea de la UMH no cabrá que el estudiante aporte ningún documento en su solicitud.

La UMH establecerá el procedimiento administrativo de solicitud de transferencia de créditos e incorporación de los créditos transferidos en el expediente del estudiante de acuerdo a los siguientes criterios:

a. La información incorporada en el expediente del estudiante será transcripción literal de lo indicado en la certificación



académica oficial.

b. La información que debe aparecer es la siguiente: universidad de origen, titulación de origen, nombre de la asignatura, número de créditos, tipo de asignatura, calificación y curso académico.

c. Podrán transferirse los créditos reconocidos en su titulación de origen en concepto de experiencia laboral y profesional, actividades universitarias o títulos propios que no hayan sido objeto de reconocimiento en la titulación de destino de la UMH.

d. Se notificará al estudiante en su cuenta de correo electrónico institucional la incorporación de los créditos transferidos en su expediente.

e. El estudiante podrá subsanar los errores materiales que pudieran existir dirigiendo un escrito a la unidad administrativa competente.

f. No cabrá la renuncia a los créditos transferidos.

Artículo 4. Incorporación de los créditos obtenidos en el Suplemento Europeo al Título

De acuerdo a lo establecido al art. 6.7 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, todos los créditos obtenidos por el estudiante en enseñanzas oficiales cursados en cualquier universidad, los transferidos, los reconocidos y los superados para la obtención del correspondiente título, serán incluidos en su expediente académico y reflejados en el Suplemento Europeo al Título.

Artículo 5. Centros Adscritos

Los directores de los Centros Adscritos a la UMH deberán emitir informe de reconocimiento de créditos de sus estudiantes de títulos oficiales. Estos informes deberán ser remitidos al Vicerrectorado competente para su resolución y notificación posterior al Centro Adscrito.

Los Centros Adscritos establecerán los procedimientos que consideren pertinentes para la transferencia de créditos de sus estudiantes.

Disposición transitoria primera

Los títulos oficiales no adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior se regirán por las normativas aplicables a esos estudios.

Disposición derogatoria

Queda derogada la Normativa de Reconocimiento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de la UMH, aprobada por Consejo de Gobierno, reunido en sesión de 14 de enero de 2009.

Disposición final

La presente normativa entrará en vigor al día siguiente al de su aprobación por el Consejo de Gobierno de la UMH.

La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención del título, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes al presente título. En este sentido la experiencia laboral demostrada lo ha de ser en puestos relacionados con el título, como son: Analista web, Responsable de e-Commerce, Especialistas en posicionamiento web, Responsable de contenido digital, Digital marketing manager, Digital Business Manager o similares.

4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS



5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS
Ver Apartado 5: Anexo 1.
5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS
Tareas dirigidas: clases teóricas
Tareas dirigidas: clases prácticas
Tareas compartidas: seminarios
Tareas compartidas: trabajos en grupo
Tareas compartidas: tutorías
Tareas compartidas: otras actividades
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades
Tareas autónomas del estudiante: Realización de Prácticas Externas
Tareas autónomas del estudiante: Presentación del trabajo fin de grado ante el tribunal
5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.
Presentación y defensa del Trabajo Final de Grado realizado: el alumno deberá presentar y defender de manera autónoma el trabajo realizado.
Otras actividades: Incluye tanto la realización de la Memoria como la asistencia a tutorías académicas de Prácticas Externas
5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN
Pruebas Escritas Individuales
Trabajos Obligatorios
Participación Activa
Valoración del Tutor Académico, que evaluará los siguientes aspectos: Asistencia al Seminario de Metodología de Investigación. Originalidad y calidad del trabajo escrito.



Defensa ante un tribunal, donde se valorarán los siguientes aspectos: Presentación y claridad expositiva; Originalidad y calidad del trabajo; Capacidad de síntesis; Capacidad crítica.		
Elaboración de una memoria de prácticas.		
Calificación del tutor de prácticas en la empresa.		
5.5 NIVEL 1: ECONOMÍA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: PRINCIPIOS DE ECONOMÍA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción a la economía. Los sistemas económicos. El ecosistema económico digital. Análisis básico del mercado. El cliente digital. Teoría del consumo Teoría de la demanda y conducta de los consumidores. Tendencias y aspectos del modelo digital. La cadena de valor digital. Concepto del coste marginal cero. Tipos de mercados. La competencia en entornos digitales. El crecimiento y la innovación. El sistema financiero y su adaptación a las nuevas tecnologías. Estrategias en el contexto digital		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		



5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Entender la interacción entre los diferentes agentes económicos de los mercados y la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: ANÁLISIS ECONÓMICO / ECONOMIC ANALYSIS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: MACROECONOMÍA / MACROECONOMICS		



5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		4,5
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Las Macro magnitudes. Medición y estructura de una economía globalizada La macroeconomía del largo plazo. La productividad. Consumo, ahorro, e inversión. Crecimiento económico. Dinero y precios. La macroeconomía del corto plazo. El modelo IS-LM. Macroeconomía en una economía abierta. La balanza de pagos. La era digital y su papel en la economía. Efectos del Big data.</p> <p>Macroeconomic magnitudes. The measurement and structure of a globalized economy. Macroeconomy in the long run. Productivity. Consumption, savings, and investment. Economic growth. Money and prices. Macroeconomics in the short-run. The IS-LM model. Macroeconomics in an open economy. The balance of payments. The digital era and its role in the economy. The impact of Big data.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Entender la interacción entre los diferentes agentes económicos de los mercados y la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD



Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: ECONOMETRÍA / ECONOMETRICS

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		4,5



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La Econometría en el entorno digital. Naturaleza de la econometría. Modelo lineal uniecuacional. Problema en la perturbación aleatoria. Problema de los datos de las variables. Problema en la especificación de la ecuación. Estimación de modelos no lineales. El modelo lineal con variables ficticias. Tratamiento de la estacionalidad en las variables. Modelo de elección binaria. Elaboración de modelos estructurales. Series temporales. Modelos básicos. Modelo ARIMA.</p> <p>Econometrics in digital environment. Constitution of econometrics. Linear regression. Perturbation problems. Problems of data variables. Problems in the specification of the equation. Estimation of nonlinear models. Linear models with fictitious variables. Treatment of seasonality in variables. Binary policy model. DEvelopment of structural models. Time series. Basic models. ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) model.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Entender la interacción entre los diferentes agentes económicos de los mercados y la economía digital.		
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50



Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: EMPRESA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EMPRESA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Empresa y empresario. Breve Historia de la Administración de Empresas. La Administración de Empresas en el mundo digital. Tipos de Empresa. Nuevos modelos de organización digitales (lean). Objetivos, tipo de planes y toma de decisiones. La empresa como sistema y los subsistemas funcionales. Enfoque multistakeholder. Entorno. Cadena de Valor 2.0. Creación de valor en los sistemas productivos virtuales. Introducción a los activos intangibles en la globalización: Cultura, Marca, Comunicación, Reputación Corporativa y RSE. Fuentes de Información.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE5 - Saber analizar la problemática empresarial a través de las funciones directivas (planificación, organización, dirección de personas y control) en el entorno de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0



Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: FUNDAMENTOS DE MARKETING		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Conceptos y ámbito del marketing y su traslación al ámbito digital (posicionamiento, segmentación, precio, valor, distribución, etc.). Transición del marketing off line al marketing on line. Marketing mix en la economía presencial y digital. Economía colaborativa en la planificación y puesta en marcha de acciones de marketing. Consumidores hiperconectados y desconectados, enfoque y segmentación. Canales de comunicación de masas versus canales directos e interactivos. Principios de marketing en los negocios digitales. Futuro del Marketing: automatización del marketing y planificación de campañas a través de inteligencia artificial.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus		



diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		



5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>La administración de la empresa en los entornos digitales. Las funciones administrativas y su transformación por la influencia de la economía en entornos digitales. La función de organización: diseño organizativo y configuraciones estructurales. Los herramientas de diseño de la organización: división y especialización y las nuevas profesiones: influencers, analistas de big data, community manager, etc. Límite de control y departamentalización; la coordinación y los sistemas de soporte IT, delegación de autoridad y el empowerment estructural por el acceso amplio a la información. Las partes de la organización. Las formas de las organizaciones genéricas y avanzadas: organización borderless, circulares, en redes, tanto internas como externas a la empresa y las Holacracias como marco para la co-creación en un entorno de flexibilidad e innovación que se demanda en el actual contexto global y tecnológico.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE20 - Comprender las nociones y estructuras básicas de los RR.HH. y la gestión del talento en los negocios digitales.		
CE5 - Saber analizar la problemática empresarial a través de las funciones directivas (planificación, organización, dirección de personas y control) en el entorno de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los		



asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

5.5 NIVEL 1: CONTABILIDAD

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: CONTABILIDAD FINANCIERA

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
ECTS NIVEL2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

--



5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Concepto de contabilidad. La contabilidad como sistema de información. Plan general contable Estructura financiera y patrimonial. Masas patrimoniales. Concepto de financiación de la empresa. Concepto de inversión de la empresa. Características fundamentales de la contabilización de los modelos digitales. La contabilidad: reglas y registros. Ciclo contable, particularidades para las empresas del entorno digital. Estados contables. El balance de situación y la cuenta de pérdidas y ganancias. Clases de cuentas, Libro Mayor y Diario. Cuentas de Activo y Pasivo. Cuentas de Ingresos y Gastos. Concepto de personificación</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE21 - Capacidad para elaborar e interpretar la información contable en un negocio digital.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
<p>Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.</p>		
<p>Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.</p>		



Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

5.5 NIVEL 1: GESTIÓN FINANCIERA EMPRESARIAL / FINANCIAL MANAGEMENT

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: MATEMATICAS DE LAS OPERACIONES FINANCIERAS

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

La valoración financiera y principales leyes de valoración. Tipos de interés, TAE y el tipo de interés nominal. Operaciones simples: el descuento bancario. Valoración financiera de flujos de capitales. Rentas perpetuas. Valor actual Neto y Tasa Interna de Retorno



5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE22 - Comprender las operaciones financieras que ocurren en el ámbito de los negocios digitales.		
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas		



manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: CONTABILIDAD DE COSTES

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Concepto y clasificación de costes. Cuenta de resultados analítica. Estructura de un sistema de costes. Los costes en una empresa digital. El concepto del margen de contribución en el ámbito digital. Reparto de costes. Sistemas de costes por proceso. Sistemas de costes completos y variables. Costes estándar. Sistemas de costes ABC. Costes para la toma de decisión. El punto muerto en un modelo digital.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES



CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE21 - Capacidad para elaborar e interpretar la información contable en un negocio digital.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la		



organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: ANÁLISIS FINANCIERO EMPRESARIAL / FINANCIAL MANAGEMENT ANALYSIS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
4,5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Análisis de los estados Financiero. Análisis de la cuenta de resultados. Análisis del Balance de situación. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo. Análisis del Patrimonio. La rentabilidad, Rentabilidad Económica y Rentabilidad Financiera. La liquidez. El endeudamiento. Análisis del ciclo de explotación: el periodo medio e maduración. El periodo medio de maduración en un modelo digital. Analítica web desde el punto de vista financiero. Mediciones y optimizaciones de los puntos críticos de la web. Métricas y análisis de resultados en campañas de publicidad digital. Análisis de rentabilidad en un plan de marketing digital.</p> <p>Financial statement analysis. Income statement analysis. Balance sheet analysis. Cash Flow statement analysis. Equity statement analysis. Profitability, Economic Profitability and Financial Profitability. Liquidity. Indebtedness. Operating cycle analysis: the average and maturity period. The average maturity period in a digital model. Web analytics from a financial point of view. Measurement and optimization of critical points of the web. Metrics and analysis of results of digital advertising campaigns. Profitability analysis in a digital marketing plan.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		



CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE21 - Capacidad para elaborar e interpretar la información contable en un negocio digital.		
CE22 - Comprender las operaciones financieras que ocurren en el ámbito de los negocios digitales.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar		



exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: TRIBUTACIÓN EMPRESARIAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4,5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Sistema tributario español. Impuestos directos e Impuestos indirectos. El IRPF . El IRPF y las empresas: retenciones, rentas exentas, remuneraciones en especie dietas desplazamientos.El Iva: Conceptos generales , iva exento e iva no sujeto La Regla prorratea. El Impuesto sobre sociedades: Base Imponible, Ajustes permanentes y temporales. Tipo Impositivo. Deducciones a la cuota. Regulación de la tributación en la economía digital. Tributación en modelos multipais basados en economías digitales.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		



CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE4 - Conocer los mecanismos legislativos de incidencia en el negocio digital de forma teórico- práctica: Conocimiento del entorno legal básico de los negocios digitales, así como de la nomenclatura y estructura de los contratos más habituales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0



Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: GESTIÓN FINANCIERA EN EL ÁMBITO DIGITAL / FINANCIAL MANAGEMENT IN DIGITAL ENVIRONMENTS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Fundamentos financieros de empresas digitales. El CAPEX y el OPEX de un modelo digital. Análisis de proyectos de inversión. Aplicación del VAN, la TIR y el Período de Recuperación. Tasa de descuento en proyectos de inversión. Estructura Financiera de una empresa digital. Gestión financiera desde un punto de vista de la gestión de compras. Gestión financiera desde una óptica de ventas. Análisis de la rentabilidad y riesgo en la inversión. Valoración de inversiones digitales. Cobertura de riesgo. Modelos de aproximación al valor de las empresas digitales.</p> <p>Financial fundamentals of digital companies. CAPEX and OPEX in a igital model. Analysis of investment projects. Implementation of NPV, IRR and ROI. Discount rate in investment projects. Financial structure of e-businesses. Financial management from the purchasing point of view. Analysis of profitability and investment risk. Assessment of digital investment. Risk policies. Approach of digital business values.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		



5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE22 - Comprender las operaciones financieras que ocurren en el ámbito de los negocios digitales.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: CREACIÓN DE EMPRESAS EN EL ENTORNO DIGITAL / ENTREPRENEURSHIP IN A DIGITAL ENVIRONMENT		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		



NIVEL 2: CREACIÓN DE EMPRESAS EN ENTORNOS DIGITALES / ENTREPRENEURSHIP IN A DIGITAL ENVIRONMENT		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Procesos de innovación para la generación de ideas de negocio en entornos digitales. El emprendedor digital. Las start up. Descripción del negocio en entornos digitales. Metodología Lean para la captación y desarrollo de clientes. Análisis del mercado y de la empresa. Planteamiento estratégico en un contexto digital. Fijación de objetivos on y off. Plan integrado de marketing (on y off line). Como definir la estrategia funcional: de marca ¿ de permiso ¿ de resultados - de viralidad - Evolución de un proyecto de emprendimiento digital y sus diferentes fases de necesidad de capital: desde el capital semilla, los business angel, el crowdfunding, el capital riesgo así como los procesos de capitalización en el Mercado Alternativo Bursatil (MAB) para empresas maduras. Financiación con los propios clientes. Sistemas de presentación y sistemas de negociación - Desde el Elevator Pitch al Business plan y el pacto de socios - . El marco jurídico. Seguimiento y control en un entorno digital.</p> <p>Innovation processes to manage business ideas in digital environments. Digital entrepreneur. Startups. Business description in digital environments. Lean methodology for customer acquisition and customer development. Market and company analysis. Strategic planning in a digital context. Setting online and offline objectives. Integrated marketing plan (online and offline). How to define functional strategy: brand, permission, results, virality. Evolution of a project of digital entrepreneurship and the different stages searching for funding: seed capital, business angels, crowdfunding, venture capital as well as process for capitalising in an Alternative Investment Market (AIM) for mature companies. Funding from own clients. Presentation systems and negotiation systems: from Elevator Pitch to Business Plan and Partners agreement. Legal framework. Control in a digital environment.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		



CG10 - Ser capaz de gestionar y coordinar recursos y equipos humanos en la ejecución de proyectos en la gestión empresarial		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE20 - Comprender las nociones y estructuras básicas de los RR.HH. y la gestión del talento en los negocios digitales.		
CE21 - Capacidad para elaborar e interpretar la información contable en un negocio digital.		
CE22 - Comprender las operaciones financieras que ocurren en el ámbito de los negocios digitales.		
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.		
CE9 - Capacidad para diseñar y gestionar un plan de negocio en el ámbito digital.		
CE10 - Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en el marco de la economía digital.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		



Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	20.0	50.0
Trabajos Obligatorios	40.0	70.0
Participación Activa	10.0	20.0

5.5 NIVEL 1: DIRECCIÓN DE EMPRESAS / BUSINESS MANAGEMENT

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN EL ÁMBITO DIGITAL / HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN A DIGITAL ENVIRONMENT

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Introducción a la gestión de los Recursos Humanos en contextos digitales. Tendencias en Dirección de Personas y transformación digital (Inbound Talent y Gestión del Talento en la Economía Digital) Análisis, valoración y diseño de los puestos de trabajo en contextos digitales. Planificación de los Recursos Humanos. Atracción del Talento y e-recruitment. Employer Branding, reputación e influencia digital. Social Media management en Atracción del Talento. Selección y socialización en organizaciones digitales (Nuevos modelos y métodos de selección en entornos digitales). Formación presencial y/o virtual. La Gestión de la Carrera Profesional. Los procesos sustractivos. Evaluación, gestión del rendimiento y reconocimiento. Retribución, compensación y reconocimiento. HR Analytics.

Introduction to the management of Human Resources in a digital context. Trends on Person Management and digital transformation (Inbound talent and Digital Economy). Analysis, assessment and design of the workplaces in a digital context. Assessment of the Human Resources. Talent attraction and e-recruitment. Employer branding, reputation and digital influence. Social Media management in Talent Attraction. Recruitment and socialization in



digital organizations (new models and recruitment methods in digital environments). Offline learning and online learning. Professional career management. Subtractive procedures, Evaluation, performance management and valuation. HR Analytics.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.

CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.

CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.

CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales

CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.

CG10 - Ser capaz de gestionar y coordinar recursos y equipos humanos en la ejecución de proyectos en la gestión empresarial

CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.

CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE20 - Comprender las nociones y estructuras básicas de los RR.HH. y la gestión del talento en los negocios digitales.

CE5 - Saber analizar la problemática empresarial a través de las funciones directivas (planificación, organización, dirección de personas y control) en el entorno de la economía digital.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas



manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: DIRECCIÓN DE OPERACIONES / OPERATIONS MANAGEMENT

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

La función de operaciones: Naturaleza, contexto y enfoque, Objetivos, Evolución ante el cliente de la era digital. Clases de procesos de producción en el mundo digital. Los servicios. Incorporación de herramientas digitales en la prestación del servicio. Diseño del sistema de producción, del producto y de los procesos: Códigos de barras/ RFID, Big data, Machine learning, Internet of things. Planificación de la producción: MRP, Lean Six sigma. Gestión del aprovisionamiento: El ciclo de aprovisionamiento, Evolución en el entorno digital (EDI, e procurement, VMI, CRP, Blockchain). Administración del Sistema de Entregas: El proceso operativo de salida (Sistemas de petición del cliente: app, internet, Sistemas de picking: light, voice, vision), La última milla (Características de la DUM, Vehículos autónomos, Vehículos energías alternativas), Herramientas digitales (ERP, WMS, Optimización de rutas, Gestión de flotas). Decisiones estratégicas y operativas: Planificación de capacidad, Localización de la empresa, Externalización de procesos operativos. / The function of operations: Nature, context and approach, Objectives, Evolution before the client of the digital age. Classes of production processes in the digital world. Services. The incorporation of digital tools in the provision of the service. The design of the production system, the products



and of the processes: Barcodes/ RFID, Big data, Machine learning, Internet of things. Production planning: MRP, Lean Six sigma. Supply management: The procurement cycle, Evolution in the digital environment (EDI, e procurement, VMI, CRP, Blockchain). The administration of the Delivery System: The exit operational process (customer request systems: app, internet, picking systems: light, voice, vision), the last mile (DUM characteristics, autonomous vehicles, alternative energy vehicles), digital tools (ERP, WMS, route optimization, fleet management). Strategic and operative decisions: Capacity planning, Company location, Outsourcing of operative processes.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.

CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.

CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.

CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales

CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.

CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.

CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.



Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: EL ÁMBITO DIGITAL Y LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA / DIGITAL ENVIRONMENT AND INTERNATIONALIZATION

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Introducción a la gestión empresarial en el extranjero y la transcendencia de las diferencias culturales. Introducción a la internacionalización desde una óptica digital. La estrategia de Internacionalización y el ámbito digital. La triple revolución de las redes en la internacionalización: buscar, informar y vender. Detección de oportunidades de negocio en mercados internacionales. Internet como herramienta de detección de oportunidades, diferentes buscadores mundiales por países, los casos de Japón, Rusia y China versus el resto del mundo. El proceso de internacionalización en el contexto digital. Pasos para establecer una estrategia de internacionalización en el contexto digital. Conexión entre el mundo virtual y el real, de la logística a la



facturación, de la venta al cobro. Gestión de un plan de Internacionalización optimizando las posibilidades de internet. Ferias virtuales, marketplaces electrónicos, envío de documentación, seguimiento de clientes y pedidos. Gestión de la marca global: international and digital brand. Marcas globales: adaptación versus estandarización en la web y en las redes sociales.

An introduction to international business management and the importance of cultural differences. An introduction to internationalisation from a digital perspective. The Internationalization strategy and the digital environment. The triple revolution of networks in internationalisation: to search, inform and sell. The detection of business opportunities in international markets. Internet as a tool for detecting opportunities, different world search engines by country, the case of Japan, Russia and China versus the rest of the world. The process of internationalization in the digital context. Steps to establish an internationalization strategy in the digital context. The connection between the virtual and real world, from logistics to invoicing, from sales to payments. Management of an internationalization plan optimized by the possibilities of the internet. Virtual fairs, electronic marketplaces, sending of documentation, follow-up of clients and orders. Global brand management: international and digital brand. Global brands: adaptation versus standardization on the web and social networks.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.

CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.

CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales

CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.

CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.

CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los



asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA / STRATEGIC MANAGEMENT

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

La dirección estratégica. Enfoques estratégicos. La estrategia como planificación. El diagnóstico estratégico: análisis externo e interno, herramientas de análisis externo (PESTEL, 5 fuerzas de Porter, etc), herramientas de análisis interno (Cadena de Valor y Cadena de Valor 2.0, Recursos y Capacida-



des, Canvas Business Model, etc.). Formulación estratégica. Estrategias de negocio basadas en datos, Blockchain. Implantación estratégica. El control estratégico. La Estrategia Digital como parte de la estrategia global.

Strategic management. Strategic approach. Strategy as planning. Strategic diagnosis: external and internal analysis, external analysis tools (PESTLE, Porter's five forces, etc.), internal analysis tools (Value Chain and dValue Chain 2.0, Canvas Business Model, etc.). Strategic formulation, data-driven business strategies, blockchain. Strategic implementation. Strategic control. Digital strategy as part of the global strategy.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.

CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.

CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.

CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales

CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.

CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.

CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Entender la interacción entre los diferentes agentes económicos de los mercados y la economía digital.

CE5 - Saber analizar la problemática empresarial a través de las funciones directivas (planificación, organización, dirección de personas y control) en el entorno de la economía digital.

CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus



diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

5.5 NIVEL 1: DERECHO

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: DERECHO MERCANTIL

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
ECTS NIVEL2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Fuentes del Derecho. El ordenamiento jurídico. Empresa y empresario. La empresa Digital (oportunidades y marcos de referencia). Capacidad y limitaciones al ejercicio de la actividad empresarial. Colaboradores del empresario. La Reputación online y sus implicaciones legales. Contabilidad del empresario y Registro Mercantil. Sociedades mercantiles: personales, limitadas y anónimas. Cooperativas. Grupos de sociedades. Derecho de la competencia. Propiedad industrial: creaciones industriales y signos distintivos. Propiedad intelectual y entorno digital. Contratación mercantil. Comercio electrónico. Medios de pago y factura electrónica. Derecho concursal.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE4 - Conocer los mecanismos legislativos de incidencia en el negocio digital de forma teórico- práctica: Conocimiento del entorno legal básico de los negocios digitales, así como de la nomenclatura y estructura de los contratos más habituales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los		



asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: DERECHO LABORAL

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
ECTS NIVEL2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS



Marco jurídico laboral. Jurisdicción laboral y Administración de Trabajo . Aplicación del Derecho Laboral en entornos digitales (teletrabajo, jornada, movilidad, etc.). El contrato de trabajo: trabajador y empresario. Representación social: sindicatos y patronal. El "convenio colectivo" como fuente de Derecho. Salario. Jornada laboral. Modalidades de contratación laboral. Despido. Seguridad Social.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.

CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.

CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.

CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.

CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE4 - Conocer los mecanismos legislativos de incidencia en el negocio digital de forma teórico- práctica: Conocimiento del entorno legal básico de los negocios digitales, así como de la nomenclatura y estructura de los contratos más habituales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).



Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: BASES ACTUALES DEL SISTEMA TRIBUTARIO

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias Sociales y Jurídicas	Derecho
ECTS NIVEL2	6	

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Ingresos y gastos públicos: los tributos en particular. Principios de Derecho Tributario. Aspectos materiales y formales del Derecho Tributario. Ley General Tributaria. Tasas, contribuciones e impuestos. Derecho Tributario Internacional. Fiscalidad Internacional aplicada a los negocios digitales. Operaciones vinculadas. Precios de transferencia.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES



CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE4 - Conocer los mecanismos legislativos de incidencia en el negocio digital de forma teórico- práctica: Conocimiento del entorno legal básico de los negocios digitales, así como de la nomenclatura y estructura de los contratos más habituales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención		



de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

5.5 NIVEL 1: ENTORNO ÉTICO-JURÍDICO

5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1

NIVEL 2: DERECHO EN EL ECOSISTEMA DIGITAL

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Fundamentos constitucionales del Derecho digital. Nuevas tecnologías. Normativa en materia de seguridad de la información. El gobierno de las TIC. Tecnología de la Información y la Comunicación. Protección de datos personales y privacidad. Régimen jurídico de la protección de datos. El nuevo RGPD. Ficheros. Medidas de seguridad. La Agencia Española de Protección de Datos. Responsabilidad proactiva en el tratamiento de datos. El compliance en protección de datos personales. Bases de Datos comerciales. Derecho al olvido digital. Transferencias internacionales de datos de carácter personal. Derecho de Internet y de los contenidos digitales. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información. Utilización de los datos por los prestadores de servicios. Identidad digital y reputación on-line. Ciberseguridad. La utilización de la información y el ¿Big Data¿. Cloud Computing. Delincuencia telemática. La Administración pública electrónica. Los medios electrónicos en los procedimientos administrativos.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.



CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE4 - Conocer los mecanismos legislativos de incidencia en el negocio digital de forma teórico- práctica: Conocimiento del entorno legal básico de los negocios digitales, así como de la nomenclatura y estructura de los contratos más habituales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la		



organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: ÉTICA EMPRESARIAL Y RSC EN EL ENTORNO DIGITAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4,5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Dimensión ética de la actividad empresarial. Deontología Profesional. La ética en relación a los stakeholders. Nuevos dilemas éticos para organizaciones y personas: big data, inteligencia artificial y relaciones humanas en entornos digitales. La gestión de la RSC en la estrategia de negocio. Gobierno corporativo y Compliance. Confección de informes de responsabilidad social. Comunicación en la RSC; sellos, acreditaciones e índices bursátiles para la sostenibilidad. Fundamentos de la sostenibilidad y del desarrollo sostenible. Marketing social en el entorno digital.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		



CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Entender la interacción entre los diferentes agentes económicos de los mercados y la economía digital.

CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.

CE6 - Comprender los principios de la ética empresarial y la Responsabilidad Social Corporativa en la dirección de empresas y el ámbito digital y ser capaz de diseñar escenarios en los que se puedan poner en práctica.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------



Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: ECOSISTEMA DIGITAL		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: EL ECOSISTEMA DIGITAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Marca personal y huella digital. Aspectos básicos de Cyberseguridad personal. Origen y fundamentos de Internet. Principios técnicos de internet. Aspectos conceptuales básicos de internet. Internet como medio de comunicación y herramienta de marketing. Internet como medio de negocios. Principales tendencias digitales.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		



No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE1 - Entender la interacción entre los diferentes agentes económicos de los mercados y la economía digital.		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: GESTIÓN DE LA TECNOLOGÍA / TECHNOLOGY MANAGEMENT		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		



NIVEL 2: TECNOLOGÍA OPERATIVA DE LA ECONOMÍA DIGITAL Y GOBIERNO DE LAS TIC / OPERATIONAL TECHNOLOGY OF DIGITAL ECONOMY AND ICT GOVERNANCE		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Participantes en un sistema de información. La innovación tecnológica en la empresa y las aplicaciones a los sistemas de información. Sistemas de información interorganizativos. Plan tecnológico operativo de la empresa. Detección de necesidades y fijación de objetivos. Evaluación de opciones tecnológicas y gestión del presupuesto: SLA. Service Level Agreement; Evaluación de nivel de seguridad; Evaluación de escalabilidad e integración. Tipología de soluciones tecnológicas. La tecnología como vector estratégico en las empresas de la economía digital. El plan estratégico tecnológico: Sistemas de Información, ERP y CRM, Seguridad y auditoría, Infraestructuras tecnológicas básicas para la empresa, etc. CTO. Chief Tecnical Officer. Funciones del responsable tecnológico de la empresa. Gobierno de las TICs.</p> <p>The participants of an information system. Technological innovation in the company and the application of information systems. Interorganizational information systems. The operational technological plan of the company. The detection of needs and setting objectives. Evaluation of technological options and budget management: SLA. Service Level Agreement; Evaluation of security level; Evaluation of scalability and integration. Typology of technological solutions. Technology as a strategic vector in digital economy companies. The technological strategic plan: Information Systems, ERP and CRM, Security and auditing, basic technological infrastructures for the company, etc. CTO. Chief Tecnical Officer. Functions of the technological manager of the company. ICT Governance.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		



CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA



Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: MODELOS DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA DIGITAL / BUSINESS MODELS IN DIGITAL ECONOMY		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	6	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Los modelos de negocio en Internet; de The Long Tail strategy a los productos plataforma y la modelos de negocio basados en la economía free. Modelos basados en los átomos vs modelos basados en los bits; La economía de los bits. Sistemas de Monetización (free, freemium, market place y generador de leads) Análisis de las oportunidades en los presentes modelos de negocio: negocios basados en los datos. Cadena de valor 2.0. Teoría del Marginal Cero y su aplicación a los modelos de negocio digitales. Economía colaborativa. El comercio electrónico como posibilitador de modelos de negocio B2B, B2C, C2C o P2P. Adaptación de las transacciones a distancia con nuevos modelos de negocio digitales (carteras virtuales). Tendencias de futuro: "Stores" de aplicaciones, alquiler de servicios digitales, nuevas formas de monetización digital.</p> <p>Internet business models; from The Long Tail strategy to platform products and business models based on the free economy. Models based on atoms vs. models based on bits; The economy of bits. Monetization Systems (free, freemium, market place and lead generators) Opportunities analysis of the following business models: business based on data. Value chain 2.0. Zero Marginal Theory and its application to digital business models. Collaborative economy. E-commerce as an enabler of B2B, B2C, C2C or P2P business models. Adaptation of distance transactions with new digital business models (virtual portfolios). Future trends: ""Stores"" of applications, rental of digital services, new forms of digital monetization.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		



CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.		
CE9 - Capacidad para diseñar y gestionar un plan de negocio en el ámbito digital.		
CE10 - Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en el marco de la economía digital.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		



<p>Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.</p>		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: GESTIÓN COMERCIAL EN ENTORNO DIGITAL / TRADE MANAGEMENT IN A DIGITAL ENVIRONMENT		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: GESTIÓN DEL CLIENTE DIGITAL / MANAGEMENT OF THE DIGITAL CLIENT		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
4,5		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Captación y retención de clientes en Internet. El life time value o ciclo de vida del cliente en los negocios on-line. El proceso de relación con los clientes digitales: conversión de leads en compradores y de estos en prescriptores. La importancia de las bases de datos de clientes en la economía digital: creación de un datawarehouse y de sus diferentes data mart. Análisis de la rentabilidad de los clientes de negocios digitales. Customer Centric o integración del cliente en la economía digital. Multicanalidad en la gestión de clientes: del centro de atención telefónica al bot conversacional. / Customer attraction and retention on the internet. The lifetime value or client life cycle in online businesses. The relationship process with digital customers: conversion of leads into buyers and of these into influencers. The importance of customer databases in the digital economy: creation of a datawarehouse and its different data mart. Profitability analysis of digital business customers. Customer Centric or customer integration in the digital economy. Multi-channel customer management: from the call center to conversational bots.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		



CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE13 - Capacidad para comprender la función comercial de un negocio digital, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.		
CE17 - Comprender el comportamiento del consumidor digital al objeto de identificar y evaluar las variables clave que lo condicionan y detectar tendencias del consumo en el contexto de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4	50
Tareas compartidas: otras actividades	11	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	15	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	26	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	7.5	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	4	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		



Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: DIRECCIÓN COMERCIAL EN ENTORNOS DIGITALES / TRADE MANAGEMENT IN DIGITAL ENVIRONMENTS

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Estructura organizativa de los departamentos de marketing y ventas en las empresas digitales: funciones, responsabilidades y alternativas para el trabajo en equipo y la consecución de objetivos de facturación, margen y captación de mercados en Internet. Plan de ventas en entornos digitales: engagement, captación de leads y conversión a ventas. Perfiles digitales de ventas y marketing: currículos y planes de remuneración e incentiación. La facturación telemática. Puesta en marcha de acciones promocionales al canal y al consumidor a través de canales directos e interactivos, tipos de promociones online. Herramientas digitales para el seguimiento de ventas de e-commerce y plataformas online.

The organisational structure of marketing and sales departments in digital companies: roles, responsibilities and alternatives for teamwork and the achievement of turnover targets, margin and market capture on the Internet. Sales plan in digital environments: engagement, lead capture and sales conversion. Digital sales and marketing profiles: curricula, remuneration and incentive plans. Telematic invoicing. Implementation of promotional actions for channels and consumers through direct and interactive channels, types of online promotions. Digital tools for monitoring e-commerce sales and online platforms.



5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG10 - Ser capaz de gestionar y coordinar recursos y equipos humanos en la ejecución de proyectos en la gestión empresarial		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE20 - Comprender las nociones y estructuras básicas de los RR.HH. y la gestión del talento en los negocios digitales.		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE13 - Capacidad para comprender la función comercial de un negocio digital, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	5	50
Tareas compartidas: otras actividades	15	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	20	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	35	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	10	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		



Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: MARKETING DIGITAL / DIGITAL MARKETING		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		4,5
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	



No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Principios de la web 2.0 en el plan de marketing digital. Integración de Redes Sociales en el marketing digital. Estrategia de contenidos en redes sociales. Plan editorial. Principios básicos de Inbound Marketing. Publicidad Display, sistemas de segmentación y planificación en la publicidad, sistemas de pricing en la publicidad (CPM, CPC, CPL o CPA) optimización de campañas, principios básicos de la ¿programatic advertising¿. Search Engine Optimization. Search Engine Marketing. Planificación y gestión de campañas on line.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE16 - Ser capaz de llevar a cabo acciones de publicidad y comunicación haciendo uso de los nuevos sistemas digitales de interacción entre personas (redes sociales, etc.).		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0



Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	30.0	50.0
Trabajos Obligatorios	40.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: E-COMMERCE		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
6		
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS



No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Evolución del comercio presencial al e-commerce: ideas comunes y aspectos específicos del comercio digital. Los CMS o soluciones para la construcción de un e-commerce. Plataformas tecnológicas: internalización y externalización del hardware y software de soporte para un e-commerce. Aspectos legales relacionados con una plataforma de venta online. Aspectos básicos de plataforma logística: alternativas para la distribución de productos y servicios comprados en internet. Experiencia de usuario y satisfacción en el e-commerce. La influencia del CRM en la gestión de una tienda on-line. Planificación y gestión del marketing de un e-commerce.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.		
CE9 - Capacidad para diseñar y gestionar un plan de negocio en el ámbito digital.		
CE18 - Comprender los procesos de optimización de navegación y experiencia en dispositivos digitales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50



Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	30.0	50.0
Trabajos Obligatorios	40.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: DATA DRIVEN MARKETING / DATA DRIVEN MARKETING

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Las bases de datos en el marketing digital. Recopilación, estructuración y presentación de la información para la toma de decisiones. Datawarehouse y data marts: la información relacional y transaccional disponible en los ERPs y CRMs. Big data y explotación de la información disponible en Internet: del reporting al datamining para la gestión de negocios digitales. Marketing automation, machine learning y gestión dinámica de precios en negocios online. Los chat bots en la gestión de front office y back office de e-commerce y otros modelos de negocios en red.</p> <p>Databases in digital marketing. Compilation, structuring and how to present information for decision-making. Datawarehouse and data marts: relational and transactional information in ERPs and CRMs. Big data and information exploitation available on the Internet: from reporting to datamining to manage digital business. Marketing automation, machine learning and dynamic pricing policy for e-businesses. Chat bots to manage front-office and back-office e-commerce and other business models.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
CE14 - Conocer y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales.		
CE17 - Comprender el comportamiento del consumidor digital al objeto de identificar y evaluar las variables clave que lo condicionan y detectar tendencias del consumo en el contexto de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50



Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	30.0	50.0
Trabajos Obligatorios	40.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: PLAN DE MARKETING INTEGRADO / INTEGRATED MARKETING PLAN

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER Obligatoria

ECTS NIVEL 2 6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE



CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Integración en el plan de marketing de las estrategias y tácticas on y off line: planificación y praxis. El plan de marketing integrado en el proceso de transformación digital de las empresas. Planificación e implementación de acciones de marketing en empresas emergentes y consolidadas en la economía digital. Omnicanalidad y Multicanalidad. Herramientas para la gestión de campañas de marketing: Marketing automation.</p> <p>Integrating the marketing plan of online and offline strategies: theory and practice. Integrated marketing plan in the process of digital transformation of businesses. Planning and implementation of marketing actions of both startups companies and established ones in digital economy. Omnichannel and multichannel. Tools to manage marketing campaigns: Marketing automation.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.		



CE15 - Diseñar e implantar un plan de marketing integrado (on y off) en un negocio digital.		
CE16 - Ser capaz de llevar a cabo acciones de publicidad y comunicación haciendo uso de los nuevos sistemas digitales de interacción entre personas (redes sociales, etc.).		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	30.0	50.0
Trabajos Obligatorios	40.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD DIGITAL / DIGITAL COMMUNICATION AND ADVERTISING		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: CREATIVIDAD Y PRODUCCIÓN DIGITAL / DIGITAL CREATIVITY AND PRODUCTION		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		



CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4,5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Tecnología aplicada a la creatividad digital. Herramientas de creación de conceptos digitales, engagement y el brand content . Capacitación en programas para la producción de publicidad display en HTML5 (Canva o Animate) y su aplicación a distintos formatos y aplicación adispositivos móviles. Criterios de impacto calidad / peso en la producción digital. Impacto de las herramientas métricas y de análisis en la producción digital. Bases para la producción creativa en el marco de un plan integral para un negocio digital; desarrollo y diseño de Publicidad Display, estrategias eficientes para la gestión de contenidos, técnicas maliciosas que conlleven penalizaciones en la Red según directrices marcadas IAB (International Advertising Bureau).</p> <p>Technology applied to digital creativity. Tools for the creation of digital concepts, engagement and brand content. Training in programs for the production of display advertising in HTML5 (Canva or Animate) and its application to different formats and application of mobile devices. Quality / weight impact criteria in digital production. Impact of metrics and analysis tools on digital production. Bases for creative production within the framework of an integral plan for a digital business; development and design of Display Advertising, efficient strategies for content management, malicious techniques that lead to penalties on the Net according to IAB (International Advertising Bureau) guidelines.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		



5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE18 - Comprender los procesos de optimización de navegación y experiencia en dispositivos digitales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4	50
Tareas compartidas: otras actividades	11	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	15	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	26	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	7.5	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	4	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	30.0	60.0
Trabajos Obligatorios	30.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: COMUNICACIÓN DIGITAL / DIGITAL COMMUNICATION		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	



ECTS NIVEL 2		4,5
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		4,5
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Itinerario comunicativo digital: estrategia, creación coherente de/en redes sociales, mejora de la capacidad de comunicación, segmentación del target, mediciones y analíticas Planificación estratégica y producción de contenidos en redes sociales. Análisis del PROSUMER: "Buyer persona" y su "Customer Journey". Nuevas Tendencias en Comunicación; Gamificación, Apps, Mobile Mk. y Reputación online de una marca. Agentes del proceso ; anunciantes, agencias creativas, agencias de medios, soporte y adserver, Optimización de inversión y ROI positivo. Segmentación de públicos. El creador de contenidos y sus diversas vertientes (periodista, influencer y Community Manager, entre otros). Posicionamiento Web (técnicas SEO y SEM), para Google, Facebook, Instagram y Youtube, entre otras plataformas. La presencia digital, el branding, la reputación online y participación activa en la Red. Confluencia y habitat de los stakeholders (empleados, directivos y colaboradores, influencers o los social networker).</p> <p>Digital communication itinerary: strategy, coherent creation of/on social networks, improvement of communication capacity, target segmentation, measurements and analytics Strategic planning and content production on social networks. Analysis of the PROSUMER: "Buyer person" and its "Customer Journey". New Trends in Communication; Gamification, Apps, Mobile Mk. and Online Reputation of a brand. Actors in the process; advertisers, creative agencies, media agencies, support and advertising, investment optimization and positive ROI. Audience segmentation. The content creator and its different aspects (journalist, influencer and Community Manager, among others). Web positioning (SEO and SEM techniques), for Google, Facebook, Instagram and Youtube, among other platforms. Digital presence, branding, online reputation and active participation in the Network. The alignment and environment of stakeholders (employees, managers and collaborators, influencers or social networkers).</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		



5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE16 - Ser capaz de llevar a cabo acciones de publicidad y comunicación haciendo uso de los nuevos sistemas digitales de interacción entre personas (redes sociales, etc.).		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4	50
Tareas compartidas: otras actividades	11	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	15	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	26	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	7.5	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	4	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	30.0	60.0
Trabajos Obligatorios	30.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0



5.5 NIVEL 1: HERRAMIENTAS PARA LA ECONOMÍA DIGITAL / TOOLS FOR DIGITAL ECONOMY		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS DIGITALES / DIGITAL MARKETS RESEARCH		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
		6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Fundamentos y tipologías de los mercados digitales. Planificación de una Investigación de Mercados on-line. Técnicas cualitativas de Investigación en el ámbito digital. Paneles on line. Técnicas cuantitativas de investigación en el ámbito digital. Neurociencia aplicada a la Investigación de Mercados. Los códigos éticos aplicados a la investigación. En resumen. se conocerá cómo a través de una investigación de mercados digitales rigurosa y actual, podrá tomar decisiones con menor riesgo. Del big data al smart data.</p> <p>The fundamentals and typologies of digital markets. Planning of an on-line Market Research. Qualitative research techniques in the digital field. Online panels. Quantitative research techniques in the digital field. Neuroscience applied to Market Research. Ethical codes applied to research. In short, we will learn how make decisions with less risk through rigorous and current digital market research. From big data to smart data.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		



5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
CE14 - Conocer y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales.		
CE17 - Comprender el comportamiento del consumidor digital al objeto de identificar y evaluar las variables clave que lo condicionan y detectar tendencias del consumo en el contexto de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar		



exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	40.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: MÉTRICAS Y ANALÍTICA DIGITAL / DIGITAL METRICS AND ANALYTICS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
4,5		
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Buscadores, redes sociales y red de display: herramientas de reporting y data mining. Soluciones IT para el análisis y planificación de campañas. Herramientas de código abierto, de proveedor de servicios y herramientas de suscripción o pago para el marketing digital: ventajas e inconvenientes. El CRM Analítico y las herramientas de investigación de leads y clientes en los entornos digitales. Cuadros de mando y dashboarding para e-commerce y otros negocios digitales. El ROI Digital.</p> <p>Search engines, social networks and display network: tools for reporting and data mining. IT solutions for campaign analysis and planning. Open source tools, service provider and subscription tool or premium for digital marketing: pros and cons. Analytical CRM and tools to research leads and clients in digital environments. Dashboards for e-commerce and other digital business. Digital marketing ROI.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		



CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
CE14 - Conocer y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la		



organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	40.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: USABILIDAD Y ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN / USABILITY AND ARCHITECTURE OF THE INFORMATION

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Obligatoria
ECTS NIVEL 2	4,5

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

Introducción a los interfaces de usuarios web. Principios de usabilidad en la web mobile, web tablet y web pc: visibilidad de status de situación, prevención de errores, control de usuarios clientes y administradores. Arquitectura de la información, navegación web y orientación a la conversión del negocio digital. Investigación sobre usabilidad y experiencia de Usuario (UX) en entornos digitales: omnicanalidad, multicanalidad, coherencia y administración de contenidos digitales. Las APPs: arquitectura y coherencia en el marketing digital.

Introduction to interfaces of web users. Fundamentals of usability in mobile web, web tablets and desktops: visibility of status quo, error prevention, monitoring of client users and administrators. Architecture of information, web surfing and support of digital business conversion. Research on usability and user experience (UX) in digital environments: omnichannels, multichannels, coherence and digital content management. APPs: architecture and coherence in digital marketing.

5.5.1.4 OBSERVACIONES

5.5.1.5 COMPETENCIAS

5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

- CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.
- CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.
- CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.



- CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.
- CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales
- CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.
- CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.
- CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.
- CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

- CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.
- CE14 - Conocer y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales.
- CE18 - Comprender los procesos de optimización de navegación y experiencia en dispositivos digitales.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	50
Tareas compartidas: otras actividades	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

- Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.
- Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.
- Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).
- Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.
- Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.



Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	40.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: MATEMÁTICAS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: MATEMÁTICAS EMPRESARIALES		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ciencias	Matemáticas
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
	6	
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Introducción al razonamiento matemático aplicado a los análisis económicos. Introducción a los algoritmos como soporte de los modelos de Inteligencia artificial . Álgebra elemental. Derivabilidad de funciones en una variable. Geometría y representación gráfica de funciones. Cálculo integral. Algoritmica: Introducción y Conceptos Básicos. Complejidad de algoritmos. Estructuras secuenciales. Árboles Introducción a la Algoritmica. Sistemas de representación de algoritmos. Grafos. Tablas HASH.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		



CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	100
Tareas compartidas: otras actividades	4	100
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar		



exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: INFORMÁTICA		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: INFORMÁTICA APLICADA A LA EMPRESA		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	RAMA	MATERIA
Básica	Ingeniería y Arquitectura	Informática
ECTS NIVEL2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
6		
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Fórmulas y funciones en hojas de cálculo. Métodos estadísticos de Análisis de datos. Funciones lógicas. Métodos de previsión. Funciones de bases de datos. Creación de gráficos. Creación de tablas y gráficos dinámicos. Herramientas de análisis de datos empresarial. Discriminación de datos por origen. Creación de mapas y gráficos interactivos con diferentes fuentes de información. Creación de paneles e informes interactivos, escalables a nivel empresarial y publicables tanto en web como en diferentes dispositivos móviles. Principios básicos del gobierno y seguridad de datos.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		



CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.

CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.

CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.

5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

No existen datos

5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.

5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	10	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	50	100
Tareas compartidas: tutorías	6	50
Tareas compartidas: otras actividades	4	50
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	10	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	30	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0

5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES

Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
-----------------------	--------------------	--------------------



Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: ESTADÍSTICA / STATISTICS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: ESTADÍSTICA EMPRESARIAL / BUSINESS STATISTICS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
		6
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Métodos y técnicas para la captación y el tratamiento de la información estadística. Interpretación para la toma de decisiones en base a razones objetivas. Estadística descriptiva. Probabilidad. Distribuciones de probabilidad. Estadística inductiva (estimadores, intervalos de confianza, contrastes de hipótesis). Estos conocimientos básicos son la base de las técnicas usadas en el Datamining como son: la Regresión (Predictiva), Clasificación (Predictiva), Clasificación No supervisada, Clustering (descriptiva), Reglas de Asociación (descriptiva) Detección de Outliers (descriptiva) , Visualización (descriptiva).</p> <p>Methods and techniques used for capturing and processing statistical information. Interpretation for decision making based on objective reasons. Descriptive statistics. Probability. Distribution Probability. Inferential statistics (estimators, confidence intervals, hypothesis tests for contrasts): This the basic knowledge is the basis of the techniques used in Datamining such as: Regression (Predictive), Classification (Predictive), Unsupervised Classification, Clustering (descriptive), Association Rules (descriptive) Outliers Detection (descriptive) , Visualization (descriptive).</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		



CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	6	100
Tareas compartidas: otras actividades	4	100
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	25	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	30	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	15	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	10	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0



Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: INVESTIGACIÓN OPERATIVA / OPERATIONS RESEARCH		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Obligatoria	
ECTS NIVEL 2	4,5	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
	4,5	
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Por la creciente necesidad de optimización y exploración de grandes conjuntos de datos en la economía empresarial actual y con la intensificación en la modelización predictiva y automatizada, la investigación operativa se ha convertido en el puente necesario para la toma de decisiones en base a modelos matemáticos. En esta asignatura se aportará al estudiante el conocimiento de múltiples situaciones de toma de decisiones en el mundo económico-empresarial que se asemejan a situaciones reales relacionadas con la optimización de recursos. Se impartirá: Formulación de problemas de programación lineal. Método simplex. Programación entera. Teoría de las decisiones (teoría de juegos, arboles de clasificación, etc.) y aplicaciones prácticas con software investigación operativa.</p> <p>Due to the growing need for optimization and exploration of large data sets in today's business economy and with the intensification of predictive and automated modeling, operational research has become the necessary bridge for decision making based on mathematical models. In this course the student will be provided with the knowledge of multiple decision-making situations in the economic and business world that resemble real situations related to the optimization of resources. It will be given: Formulation of linear programming problems. Simplex methods. Whole programming. Decision theory (game theory, classification trees, etc.) and practical applications with operational research software.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		



CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE7 - Saber aplicar el lenguaje y la lógica matemática/estadística en el planteamiento de un problema en el ámbito empresarial digital.		
CE12 - Capacidad de cálculo e interpretación numérica para la toma de decisiones en el ámbito empresarial de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	22.5	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	22.5	100
Tareas compartidas: tutorías	4.5	100
Tareas compartidas: otras actividades	3	100
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	19	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	22.5	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	11	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	7.5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA



Pruebas Escritas Individuales	60.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
5.5 NIVEL 1: TRABAJO FIN DE GRADO		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: TRABAJO FIN DE GRADO		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Trabajo Fin de Grado / Máster	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Trabajo a realizar por el estudiante con el asesoramiento de un profesor tutor, en el que se integrarán los conocimientos adquiridos en una o varias materias y cuya evaluación será efectuada por un tribunal.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG1 - Identificar, reconocer y comprender los problemas básicos de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		



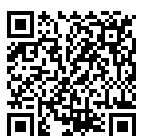
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG10 - Ser capaz de gestionar y coordinar recursos y equipos humanos en la ejecución de proyectos en la gestión empresarial		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE4 - Conocer los mecanismos legislativos de incidencia en el negocio digital de forma teórico- práctica: Conocimiento del entorno legal básico de los negocios digitales, así como de la nomenclatura y estructura de los contratos más habituales.		
CE6 - Comprender los principios de la ética empresarial y la Responsabilidad Social Corporativa en la dirección de empresas y el ámbito digital y ser capaz de diseñar escenarios en los que se puedan poner en práctica.		
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.		
CE9 - Capacidad para diseñar y gestionar un plan de negocio en el ámbito digital.		
CE10 - Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en el marco de la economía digital.		
CE14 - Conocer y utilizar las aplicaciones informáticas apropiadas para la investigación de mercados, la analítica y la métrica, en entornos digitales.		
CE15 - Diseñar e implantar un plan de marketing integrado (on y off) en un negocio digital.		
CE17 - Comprender el comportamiento del consumidor digital al objeto de identificar y evaluar las variables clave que lo condicionan y detectar tendencias del consumo en el contexto de la economía digital.		
CE18 - Comprender los procesos de optimización de navegación y experiencia en dispositivos digitales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	0	0
Tareas dirigidas: clases prácticas	0	0
Tareas compartidas: tutorías	25	100
Tareas compartidas: otras actividades	0	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	0	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	0	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	0	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	124.5	0
Tareas autónomas del estudiante: Presentación del trabajo fin de grado ante el tribunal	0.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		



Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
Presentación y defensa del Trabajo Final de Grado realizado: el alumno deberá presentar y defender de manera autónoma el trabajo realizado.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Valoración del Tutor Académico, que evaluará los siguientes aspectos: Asistencia al Seminario de Metodología de Investigación. Originalidad y calidad del trabajo escrito.	30.0	40.0
Defensa ante un tribunal, donde se valorarán los siguientes aspectos: Presentación y claridad expositiva; Originalidad y calidad del trabajo; Capacidad de síntesis; Capacidad crítica.	60.0	70.0
5.5 NIVEL 1: PRÁCTICAS EXTERNAS		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: PRÁCTICAS EXTERNAS		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Prácticas Externas	
ECTS NIVEL 2	12	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	12	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Realización de Prácticas en una institución y elaboración de una memoria que acredite la adquisición de las competencias.		
Para la realización de las Prácticas el/la alumno/a contará con la asignación de un tutor en la empresa o institución y otro en el centro universitario.		



5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE10 - Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en el marco de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas compartidas: tutorías	3	50
Tareas autónomas del estudiante: Realización de Prácticas Externas	297	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
Otras actividades: Incluye tanto la realización de la Memoria como la asistencia a tutorías académicas de Prácticas Externas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de una memoria de prácticas.	50.0	70.0
Calificación del tutor de prácticas en la empresa.	30.0	50.0
5.5 NIVEL 1: OPTATIVIDAD DEL CENTRO / ELECTIVE		
5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1		
NIVEL 2: GESTIÓN DE PROYECTOS DIGITALES / DIGITAL PROJECT MANAGEMENT		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	



DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Metodologías para la gestión de proyectos de Economía Digital. Metodología Agile con equipos multidisciplinares y geográficamente dispersos. Estrategias de desarrollo incremental (SCRUM). Etapas y tareas en un proyecto digital. Perfiles que participan en las diferentes etapas (funciones y límites). Revisión de las herramientas de gestión de proyectos y su influencia en la toma de decisiones y cumplimiento de entregas y plazos. Control, evaluación y retorno de la inversión en proyectos digitales. Principales herramientas de workflow y gestión de proyectos en red.</p> <p>Methods for project management in Digital Economy. Agile software development with multidisciplinary teams in diverse geographical locations. Incremental software development (SCRUM). Stages and tasks in a digital project. Roles that participate in different levels (roles and limits). Review of tools of project management and their influence in decision-making and meeting deadlines. Control, assessment and ROI in digital projects. Main tools for workflow and network projects.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		



No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE9 - Capacidad para diseñar y gestionar un plan de negocio en el ámbito digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	5	50
Tareas compartidas: otras actividades	15	30
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	20	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	35	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	10	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0
NIVEL 2: MOBILE MARKETING / MOBILE MARKETING		
5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	



ECTS NIVEL 2		6
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
LISTADO DE MENCIONES		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Tecnología y técnicas de marketing en los dispositivos móviles: aplicación en negocios disruptivos en la red. Utilización del geomarketing y proximity marketing en los negocios digitales. Web responsive, Web mobile y Apps, ventajas e inconvenientes en la estrategia digital. El SMS en los procesos transaccionales de los negocios online. Técnicas y tecnología para el nexo del mercado presencial y el mercado on line (NFC, códigos QR, Bidis, WIFI Marketing...). El mobile first en la estrategia de posicionamiento: ventajas y dificultades en su implementación. El futuro del mobile marketing en el ecosistema digital.</p> <p>Technology and marketing techniques in mobile devices: implementation in web disruptive businesses. Use of geomarketing and proximity marketing in digital businesses. Web responsive, Web mobile and Apps, advantages and disadvantages in digital strategy. SMSs in transactional processes of on-line businesses. Techniques and technology linking retail and online market (NFC, QR codes, BIDI, WiFi marketing...). Mobile first in the positioning strategy: advantages and difficulties in its implementation. The future of mobile marketing in the digital ecosystem.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		



CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE2 - Capacidad para seleccionar y/o manejar tecnologías de la información y la comunicación en diferentes ámbitos de actuación de la economía digital.		
CE3 - Gestionar la imagen de marca digital: capacidad para gestionar la cultura y elementos vinculados a una determinada marca, manteniendo, respetando y adaptando sus valores según la estrategia definida.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
CE18 - Comprender los procesos de optimización de navegación y experiencia en dispositivos digitales.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	5	50
Tareas compartidas: otras actividades	15	30
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	20	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	35	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	10	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		
Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.		
Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la		



organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: INNOVACIÓN DIGITAL Y EMPRENDIMIENTO / DIGITAL INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2

CARÁCTER	Optativa
ECTS NIVEL 2	6

DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral

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

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE

CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

LISTADO DE MENCIONES

No existen datos

NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3

5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

5.5.1.3 CONTENIDOS

La innovación y sus fuentes. Ecosistema Digital de emprendimiento e innovación. Economía del conocimiento. Redes y apoyo a la innovación. Modelos de innovación. La innovación a través de la cadena de valor. Protección y explotación de resultados. El papel de la creatividad y el emprendedor. El concepto de creatividad. El proceso creativo digital a través de herramientas clave de Design Thinking. Principios de la innovación en el contexto emprendedor. Casos y tendencias en Innovación. Las actitudes emprendedoras. Qué es la iniciativa emprendedora en la era digital. La oportunidad de negocio para empresas innovadoras. Las habilidades / competencias emprendedoras digitales. Trampas y errores del emprendedor. Inteligencia competitiva. La innovación impulsada por la estrategia. Desarrollo de tipos de innovación digital. Oportunidades de negocio en Emprendimiento Digital. Internet de las cosas (IoT). Fuentes de generación de ideas de negocio. Proceso de ideación. Evaluación de la idea de negocio. Cómo crear un PMV (producto mínimo viable) en negocios digitales. La importancia de los recursos en la iniciativa emprendedora. Fuentes de financiación para emprendedores. Innovación financiera. Valoración de proyectos y empresas. La red social del emprendedor. Plan de Marketing Personal. La información como recurso clave de la empresa.

Innovation and its sources. Digital Ecosystem of Entrepreneurship and Innovation. Digital economy. Networks and support to innovation. Models of innovation. Innovation through the value chain. Protection and exploitation of results. The role of creativity and the entrepreneur. The concept of creativity. The digital creative process through key tools of Design Thinking. Principles of innovation in the entrepreneurial context. Cases and trends in innovation. The entrepreneurial attitude. What is the entrepreneurial activity in the digital age Business opportunities for innovative companies. Traps and errors of the entrepreneur. Competitive intelligence. Strategy-boosted innovation. Developing different types of digital innovation. Business opportunities in Digital Entrepreneurship. Internet of Things (IoT). Sources of business ideas. Ideation. Assessment of business ideas. How to create a Minimum Viable Product (MVP) in digital businesses. The importance of resources in entrepreneurship. Sources of funding for entrepreneurs. Financial innovation. Assessment of projects and businesses. The social network of the entrepreneur. Personal Marketing Plan. Information as a key resource in a company.

5.5.1.4 OBSERVACIONES



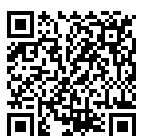
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG3 - Conocer las administraciones, empresas, instituciones y organizaciones en general, reglamentaciones y procedimientos necesarios para abordar proyectos y otras actividades.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG10 - Ser capaz de gestionar y coordinar recursos y equipos humanos en la ejecución de proyectos en la gestión empresarial		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.		
CE10 - Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en el marco de la economía digital.		
CE11 - Analizar la información y evaluar alternativas que apoyen la toma de decisiones empresariales de carácter financiero y contable en un negocio digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	5	50
Tareas compartidas: otras actividades	15	30
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	20	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	35	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	10	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.		



<p>Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.</p>		
<p>Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).</p>		
<p>Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.</p>		
<p>Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.</p>		
<p>Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.</p>		
<p>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</p>		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	30.0	60.0
Trabajos Obligatorios	30.0	60.0
Participación Activa	10.0	20.0
<p>NIVEL 2: GESTIÓN DE LA MULTICULTURALIDAD EN EL ÁMBITO DIGITAL-GLOBAL MINDSET / MANAGING MULTICULTURALITY IN A DIGITAL CONTEXT-GLOBAL MINDSET</p>		
<p>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</p>		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
<p>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</p>		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<p>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</p>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
No	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
<p>LISTADO DE MENCIONES</p>		
No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		



5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p>Modelos culturales aplicados a la gestión virtual. Global Mindset: Capital Social. Capital Psicológico. Capital Intelectual. Cultura, Sociedad y Globalización en un entorno digital. Los principios culturales, éticos y religiosos desde el punto de vista de la Economía Digital. Entornos digitales y variaciones de comportamiento en función del entorno cultural: Europeo. Anglosajón. Asiático. Nórdico. Árabe. Latino. Africano. Judío. Global Business y sociedad digital: Jerarquía e igualdad. Gestión de las Relaciones Profesionales. Estilos de Comunicación. Importancia del Tiempo. Tolerancia. Motivación. Creación de equipos globales efectivos. Gestión de equipos virtuales multiculturales. Liderazgo. Creando Competencias Digitales Interculturales.</p> <p>Cultural models applied to virtual management. Global mindset: share capital. Psychological capital. Intellectual capital. Culture, Society and Globalisation in a digital environment. Cultural, ethical and religious principles from a Digital Economy perspective. Digital environments and different behaviour depending on the cultural background: European, Asian, Scandinavian, Arab, Latin American, African, Jewish. Global business and digital society: hierarchy and equality. Managing professional relationships. Communication styles. Time management. Tolerance. Motivation. Creating effective global teams. Managing virtual, multicultural teams. Leadership. Creating digital intercultural abilities.</p>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG10 - Ser capaz de gestionar y coordinar recursos y equipos humanos en la ejecución de proyectos en la gestión empresarial		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE19 - Ser capaz de diagnosticar y proponer acciones para satisfacer las necesidades de los clientes digitales, especialmente las derivadas de los cambios tecnológicos.		
CE6 - Comprender los principios de la ética empresarial y la Responsabilidad Social Corporativa en la dirección de empresas y el ámbito digital y ser capaz de diseñar escenarios en los que se puedan poner en práctica.		
CE8 - Capacidad para planificar y ejecutar una estrategia de negocio digital identificando las variables sobre las que actuar para la consecución del objetivo.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas dirigidas: clases teóricas	30	100
Tareas dirigidas: clases prácticas	30	100
Tareas compartidas: tutorías	5	50
Tareas compartidas: otras actividades	15	30
Tareas autónomas del estudiante: Preparación clases teoría	20	0
Tareas autónomas del estudiante: Preparación trabajos clases práctica	35	0
Tareas autónomas del estudiante: estudio exámenes	10	0
Tareas autónomas del estudiante: otras actividades	5	0
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		



Clases Teóricas: Suponen sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de contenidos y experiencias que fundamentan los distintos aspectos y manifestaciones de la problemática relacionada con la dirección de empresas en el ámbito digital, desde sus diversos condicionantes y factores de índole económico-empresarial, normativo y jurídico. En estas sesiones, las presentaciones pueden ser a cargo del profesor, de los estudiantes, presentando trabajos, o de terceras personas externas al grupo.

Seminarios-Talleres: Los seminarios y talleres permiten construir conocimiento a través de la interacción y la actividad. Se desarrollan a través de sesiones monográficas supervisadas, con participación compartida e intercambios personales entre los asistentes (profesores, estudiantes, expertos, etc.). En particular, a través del análisis de artículos, textos, casos y documentos relacionados con la materia a impartir.

Clases Prácticas: Permiten el desarrollo de actividades de aplicación de conocimientos a situaciones concretas y la adquisición de habilidades relacionadas con la materia. La amplia problemática relacionada con el mundo de la economía digital, en sus distintas manifestaciones y facetas, hace que este sea un componente importante, en el que tendrá cabida cualquier tipo de prácticas de aula (estudio de casos, análisis diagnósticos, resolución de ejercicios y problemas, empleo de herramientas informáticas propias, etc.).

Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.

Estudio y trabajo en grupo: La preparación, por parte de los alumnos de este grado en pequeños grupos de trabajo de los seminarios, lecturas, investigaciones, trabajos, memorias, obtención y análisis de datos, etc. para exponer o entregar en clase; y en el que el éxito individual depende del conjunto. Mediante esta estrategia de aprendizaje cooperativo se permite el desarrollo y la obtención de una serie de competencias relacionales, especialmente importantes, en el caso de unos titulados, que presentan un importante perfil en la gestión estratégica y dirección de empresas en un entorno digital.

Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.

5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Pruebas Escritas Individuales	50.0	70.0
Trabajos Obligatorios	20.0	50.0
Participación Activa	10.0	20.0

NIVEL 2: PRÁCTICAS EXTERNAS II

5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2		
CARÁCTER	Optativa	
ECTS NIVEL 2	6	
DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
	6	
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12

LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	No	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

LISTADO DE MENCIONES



No existen datos		
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
Realización de Prácticas en una institución y elaboración de una memoria que acredite la adquisición de las competencias.		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		
5.5.1.5 COMPETENCIAS		
5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES		
CG2 - Ser capaz de utilizar herramientas e instrumentos de análisis para comprender adecuadamente los fenómenos propios de la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG4 - Planificar, dirigir técnicamente y controlar procesos y tareas, bajo el respeto a los principios y valores propios de la responsabilidad social corporativa, para mantener la competitividad empresarial.		
CG5 - Capacidad para transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales en el ámbito empresarial.		
CG6 - Conocer y aplicar teorías y modelos que faciliten la innovación en el desarrollo de proyectos empresariales y de comercialización.		
CG7 - Ser capaz de analizar críticamente información en el ámbito de las Ciencias Jurídicas y Sociales con especial atención en el ámbito digital.		
CG8 - Capacidad para analizar información, comparar y valorar alternativas en los procesos de toma de decisiones empresariales		
CG9 - Capacidad de comunicación oral y escrita con lenguaje profesional.		
CG11 - Trabajar en equipo en el ámbito empresarial, con especial atención a la igualdad de género y a los grupos multidisciplinares y multiculturales.		
CG12 - Capacidad de aprendizaje autónomo y continuo en la dirección de empresas y el ámbito digital.		
CG13 - Disponer de metodologías y destrezas de autoaprendizaje para adaptarse a la evolución de la demanda, adoptando aptitudes innovadoras y creativas en el ejercicio de la profesión desde el ámbito de la economía digital.		
5.5.1.5.2 TRANSVERSALES		
No existen datos		
5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS		
CE10 - Capacidad de iniciativa empresarial y espíritu emprendedor en el marco de la economía digital.		
5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Tareas compartidas: tutorías	1.5	50
Tareas autónomas del estudiante: Realización de Prácticas Externas	148.5	100
5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES		
Tutorías: La labor tutorial supone el establecimiento de una relación personalizada de ayuda en la que un profesor tutor atiende, facilita y orienta a uno o varios estudiantes en el proceso formativo.		
Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual, responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además, el estudio personal (preparar exámenes, trabajo en biblioteca, lecturas complementarias, problemas y ejercicios, etc.), que son fundamental para el aprendizaje autónomo.		
Otras actividades: Incluye tanto la realización de la Memoria como la asistencia a tutorías académicas de Prácticas Externas		
5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Elaboración de una memoria de prácticas.	50.0	70.0
Calificación del tutor de prácticas en la empresa.	30.0	50.0



6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Miguel Hernández de Elche	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	40	41.7	0
Universidad Miguel Hernández de Elche	Otro personal docente con contrato laboral	60	77.8	0
PERSONAL ACADÉMICO				
Ver Apartado 6: Anexo 1.				
6.2 OTROS RECURSOS HUMANOS				
Ver Apartado 6: Anexo 2.				

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Justificación de que los medios materiales disponibles son adecuados: Ver Apartado 7: Anexo 1.

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1 ESTIMACIÓN DE VALORES CUANTITATIVOS		
TASA DE GRADUACIÓN %	TASA DE ABANDONO %	TASA DE EFICIENCIA %
75	15	90
CODIGO	TASA	VALOR %
No existen datos		
Justificación de los Indicadores Propuestos:		
Ver Apartado 8: Anexo 1.		
8.2 PROCEDIMIENTO GENERAL PARA VALORAR EL PROCESO Y LOS RESULTADOS		
<p>Para el CENTRO ADSCRITO ESCUELA SUPERIOR DE GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING ESIC, será la Comisión de Titulación, cuya composición ya se ha comentado anteriormente, el órgano encargado del seguimiento del progreso y los resultados de aprendizaje de los/as estudiantes.</p> <p>A todos los efectos y siguiendo la normativa vigente de la UMH, ESIC se remite a la misma, que seguidamente se indica:</p> <p>Resolución Rectoral 784/15, de 14 de mayo de 2015, por la que se resuelve ordenar la publicación de la normativa sobre condiciones de progreso y permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche de los estudiantes (DOCV de 30 de junio de 2015).</p> <p>En uso de las potestades y funciones conferidas por los Estatutos de la Universidad Miguel Hernández de Elche, aprobados por el Decreto 208/2004, de 8 de octubre, del Consell de la Generalitat Valenciana, modificados por el Decreto 105/2012, de 29 de junio, del Consell, y de las competencias que dimanen de los artículos 20 y siguientes de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, de 21 de diciembre, modificada por la Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril; De conformidad con el apartado 3 del artículo 46 de la Ley Orgánica 6/2001, de 2 de diciembre, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 de abril; Visto el acuerdo adoptado por el Consejo de Gobierno de la Universidad, en su sesión de 15 de diciembre de 2014, por el que se aprueba la Normativa sobre condiciones de progreso y permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche; Visto el acuerdo de aprobación de la citada normativa por el Pleno del Consejo Social de la Universidad Miguel Hernández, adoptado en su sesión de fecha 27 de abril de 2015; Emitido informe por el Consejo de Universidades sobre las condiciones de progreso y permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche, de fecha 19 de febrero de 2015, resuelvo:</p> <p>Ordenar la publicación en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana de la Normativa sobre Condiciones de Progreso y Permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche de los estudiantes, en los términos establecidos en el anexo adjunto.</p> <p>ANEXO Normativa sobre las condiciones de progreso y permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche Exposición de motivos</p> <p>La Ley Orgánica de Universidades 4/2007, de 12 de abril, por la que se modifica la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades, establece en su artículo 46: Derechos y deberes de los estudiantes, apartado 3: «Las universidades establecerán los procedimientos de verificación de los conocimientos de los estudios. En las universidades públicas, el Consejo Social, previo informe del Consejo de Universidades, aprobará las normas que regulen el progreso y la permanencia en la Universidad de los estudiantes, de acuerdo con los respectivos estudios».</p> <p>Asimismo, el derecho a la educación superior de los ciudadanos, obliga a la Universidad Miguel Hernández de Elche a proporcionar a sus estudiantes los medios materiales y humanos que, acorde con sus vías de financiación, le permitan ofertar una formación actualizada y de calidad, para la óptima inserción en la vida profesional y empresarial. Los estudiantes tienen a su vez la responsabilidad de obtener provecho de los medios que la sociedad pone a su disposición. Es así misión de la Universidad, garantizar la cualificación académica de sus titulados y velar por la eficiente utilización de los recursos proporcionados por el conjunto de la sociedad. La experiencia adquirida desde la implantación del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, ha permitido reflexionar y debatir durante estos años sobre los criterios establecidos en la Universidad Miguel Hernández de Elche referentes a las condiciones de progreso y permanencia de los estudiantes. Este estudio motiva una nueva regulación de dichas condiciones, con una más sencilla aplicación y flexibilidad de la norma.</p>		



Esta normativa incorpora las modalidades de matrícula a tiempo completo y a tiempo parcial; establece límites en ambas modalidades permitiendo a nuestros estudiantes elegir al inicio del curso la modalidad de matrícula en función de sus condiciones laborales y personales compatibles con el estudio; y posibilita un nuevo planteamiento en el progreso de los estudiantes en función de su trayectoria académica. Todo ello permitirá una mejor organización de los aspectos académicos y administrativos de nuestras enseñanzas.

Artículo 1. Modalidades de matrícula

- Los estudiantes de la Universidad Miguel Hernández de Elche podrán serlo a tiempo completo, que será la modalidad ordinaria, o a tiempo parcial. Ambas modalidades estarán determinadas por el número de créditos matriculados.
- Los estudiantes de primer curso de Grado, tendrán la consideración ordinaria de tiempo completo, debiendo matricularse de 60 créditos o del primer curso completo. Durante el período de matrícula los estudiantes podrán solicitar el régimen a tiempo parcial acreditando los motivos que le impiden realizar los estudios en modalidad de tiempo completo. La matrícula a tiempo parcial en el primer curso será de 30 ECTS. Cada año se aprobará en el Consejo de Gobierno de la Universidad el número de plazas ofertadas para cada titulación en modalidad de tiempo parcial, que será en todo caso superior al 2 % del número total de plazas ofertadas.
- Los estudiantes de segundo y posteriores cursos de Grado tendrán la consideración de tiempo completo cuando se matriculen en un curso académico de un mínimo superior a 36 y un máximo de 78 ECTS, y de tiempo parcial cuando se matriculen de un mínimo de 12 y un máximo de 36 ECTS.
- Los estudiantes de máster tendrán consideración de tiempo completo cuando se matriculen en un curso académico de un mínimo superior a 30 y un máximo de 72 ECTS, y de tiempo parcial si lo hacen de un mínimo de 18 y un máximo de 30 ECTS.
- Los límites inferiores no se tendrán en consideración cuando el estudiante se matricule de todos los créditos que le resten para finalizar la titulación, con excepción del TFG y el TFM.
- El Rector, tras solicitud motivada del estudiante, podrá excepcionalmente autorizar la superación de los límites de matriculación.

Artículo 2. Permanencia primer curso

Los estudiantes matriculados por primera vez de cualquier plan de estudios, deberán superar, como mínimo, 6 créditos ECTS para tener derecho a continuar cursando los mismos estudios en esta Universidad. No obstante, en el caso de no superar ese mínimo, procederá una nueva matriculación en la misma titulación y en el mismo centro, por una sola vez y previa autorización del Rector, si el estudiante acredita la existencia de una causa justificada.

Artículo 3. Criterio de progreso adecuado de los estudiantes

- Los estudiantes que se matricule por segunda vez o posterior en un mismo grado deberán superar durante los dos años académicos siguientes el 50 % de los créditos matriculados o, alternativamente, superar el 75 % de los créditos matriculados en el segundo año.
- Los reconocimientos y transferencias de créditos no contabilizarán para el cálculo de los créditos exigidos al estudiante.

Artículo 4. Consecuencias de no superar el criterio de progreso adecuado

- Los estudiantes a tiempo completo que incumplan el criterio de progreso adecuado previsto en el artículo 3 solo podrán matricularse en los dos siguientes cursos en la modalidad de tiempo parcial.
- Los estudiantes a tiempo parcial que incumplan el criterio de progreso adecuado previsto en el artículo 3 deberán abandonar los estudios correspondientes, pudiendo a tal efecto:
 - Iniciar otros estudios universitarios en esta u otra Universidad, con sujeción al procedimiento general de ingreso legalmente establecido.
 - Transcurridos dos cursos académicos desde el abandono, continuar con los estudios que hubieran iniciado, considerando los créditos superados hasta la fecha como créditos reconocidos a los efectos de la aplicación del artículo 3.
- A los estudiantes que por aplicación de este artículo deban matricularse a tiempo parcial, se le exigirá la superación del 75 % para poder matricularse de nuevo en la misma titulación la modalidad de tiempo completo.

Artículo 5. Estudiantes procedentes de otras universidades

- El expediente académico de los estudiantes procedentes de otras universidades que soliciten plaza en la Universidad Miguel Hernández de Elche, habrá de cumplir el criterio de progreso adecuado establecido en esta normativa para poder ser admitidos.
- Los estudiantes que hayan abandonado los estudios en otra Universidad, en aplicación del régimen de permanencia establecido en aquella y no cumplan el criterio de progreso adecuado previsto en el artículo 3, se les aplicará el artículo 4 de esta normativa.

Artículo 6. Anulación de matrícula por causa de fuerza mayor

El Rector, a petición del interesado, podrá resolver la anulación parcial o total de la matrícula, solamente si el estudiante acredita fehacientemente causa de fuerza mayor que le impida o le haya impedido presentarse a las evaluaciones correspondientes.

Artículo 7. Aplicación de la presente normativa

Esta normativa será de aplicación a todos aquellos estudiantes que hayan iniciado estudios en el marco del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales a partir del curso académico 2015-2016.

DISPOSICIÓN ADICIONAL

- El Rector presentará anualmente al Consejo Social un informe sobre el desarrollo y aplicación de esta Normativa, en el que se deberán valorar los efectos derivados de la misma.
- La Universidad Miguel Hernández de Elche proporcionará los medios que estime adecuados para que el estudiante pueda conocer en cualquier momento, y muy especialmente en el de la matrícula, la situación académica en el marco de esta normativa.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Queda derogada la Normativa sobre las condiciones de progreso y permanencia en la Universidad Miguel Hernández de Elche, aprobada por el Consejo de Gobierno de la Universidad, en su sesión extraordinaria de 12 de noviembre de 2008; y el Consejo Social de la Universidad Miguel Hernández, adoptado en su sesión plenaria de fecha 18 de diciembre de 2008, ratificado en su sesión plenaria de 20 de abril de 2011.

DISPOSICIÓN FINAL

Esta normativa entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	http://www.esic.edu/calidad/index.php
--------	---

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN	
CURSO DE INICIO	2019
Ver Apartado 10: Anexo 1.	



10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN	
Dado que el grado propuesto no se corresponde con ningún título oficial preexistente, no se definen procedimientos de adaptación a este Plan de estudios.	
10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
50076436P	SUSANA	FERNÁNDEZ DE ÁVILA	LÓPEZ
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de la Universidad, s/n	03202	Alicante/Alacant	Elx/Elche
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
grado@umh.es	689580072	966658799	Vicerrectora de Estudios
11.2 REPRESENTANTE LEGAL			
Otro	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
Q5350015C	SUSANA	FERNÁNDEZ DE ÁVILA	LÓPEZ
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de la Universidad, s/n	03202	Alicante/Alacant	Elx/Elche
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
grado@umh.es	689580072	966658799	Vicerrectora de Estudios
El Rector de la Universidad no es el Representante Legal			
Ver Apartado 11: Anexo 1.			
11.3 SOLICITANTE			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
74195077K	María del Carmen	López	Ruiz
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Avda. de la Universidad, s/n	03202	Alicante/Alacant	Elx/Elche
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
grado@umh.es	689580072	966658799	Jefa del Servicio de Gestión de Estudios

RESOLUCIÓN AGENCIA DE CALIDAD / INFORME DEL SIGC

Resolución Agencia de calidad / Informe del SIGC: Ver Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1.



Apartado 2: Anexo 1

Nombre : Justificación_final.pdf

HASH SHA1 : 19714F2E8E4E2954A2483B08E976A3A634E99332

Código CSV : 331588263722705022107970

Ver Fichero: Justificación_final.pdf



Apartado 4: Anexo 1

Nombre : 4.1 Sistemas de Información Previos.pdf

HASH SHA1 : CFB93FD884798054F606D8FFFB98FC3B64A8E730

Código CSV : 320348645523864525898336

Ver Fichero: 4.1 Sistemas de Información Previos.pdf



Apartado 5: Anexo 1

Nombre : Descripción del plan de estudios.pdf

HASH SHA1 : 87013F23C223D195A8D4BE04788B376A8C54E5AD

Código CSV : 712748236865492144336689

Ver Fichero: Descripción del plan de estudios.pdf



Apartado 6: Anexo 1

Nombre : Personal Academico.pdf

HASH SHA1 : EAE7338E793B366A5623D19C676A43BF174F29D6

Código CSV : 320348034206153879247416

Ver Fichero: Personal Academico.pdf



Apartado 6: Anexo 2

Nombre : 6.2. Personal de Administración y Servicios.pdf

HASH SHA1 : A36B4A0F495575EA6432FAA54E6F5F7F24991720

Código CSV : 320360439442521626480891

Ver Fichero: 6.2. Personal de Administración y Servicios.pdf



Apartado 7: Anexo 1

Nombre : 7. Recursos materiales y Servicios.pdf

HASH SHA1 : D067E77268F97666756F6AF5115719425BABA19E

Código CSV : 320348143114985716674164

Ver Fichero: 7. Recursos materiales y Servicios.pdf



Apartado 8: Anexo 1

Nombre : 8. Justificación de los indicadores propuestos.pdf

HASH SHA1 : C610E513E16F4F2F0843A9BE7ADF7CC4E4DDB0B2

Código CSV : 320348926109305037807695

Ver Fichero: 8. Justificación de los indicadores propuestos.pdf



Apartado 10: Anexo 1

Nombre : 10. Cronograma.pdf

HASH SHA1 : 9F4D72954182242AC637E6AC9B795DC4939813F9

Código CSV : 320805481954625940388521

Ver Fichero: 10. Cronograma.pdf



Apartado 11: Anexo 1

Nombre : Delegación de competencias Vicerrectorados.pdf

HASH SHA1 : B203694AB807C85DD8F196FCFDC73F065AE76FA7

Código CSV : 712746539260601509919147

Ver Fichero: Delegación de competencias Vicerrectorados.pdf



Apartado Resolución Agencia de calidad/Informe del SIGC: Anexo 1

Nombre : report_MOD_UMH_G_Dirección Empresas_11122023.pdf

HASH SHA1 : 67810A316F4B5E3741BE66B9AF3762FB0A60154D

Código CSV : 712746683391942035831462

Ver Fichero: report_MOD_UMH_G_Dirección Empresas_11122023.pdf



