

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 Ramón Llull		IQS School of Management/Facultad de Economía IQS		08044843
NIVEL		DENOMINACIÓN CORTA		
Grado		Negocios Internacionales / Bachelor in International Business		
DENOMINACIÓN ESPECÍFICA				
Graduado o Graduada en Negocios Internacionales / Bachelor in International Business por la Universidad Ramón Llull				
RAMA DE CONOCIMIENTO		CONJUNTO		
Ciencias Sociales y Jurídicas		No		
HABILITA PARA EL EJERCICIO DE PROFESIONES REGULADAS		NORMA HABILITACIÓN		
No				
SOLICITANTE				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
Anna Cervera Vila		Responsable del área de vicerectorado de política académica		
Tipo Documento		Número Documento		
NIF		37327763M		
REPRESENTANTE LEGAL				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
José María Garrell Guiu		Rector		
Tipo Documento		Número Documento		
NIF		77783978W		
RESPONSABLE DEL TÍTULO				
NOMBRE Y APELLIDOS		CARGO		
Carlos Moslares García		Decano		
Tipo Documento		Número Documento		
NIF		36928046M		
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
Carrer Claravall, 1-3		08022	Barcelona	691272138
E-MAIL		PROVINCIA		FAX
vicerektorat.docencia@url.edu		Barcelona		936022249



### 3. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

De acuerdo con lo previsto en la Ley Orgánica 5/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, 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 5-1999, 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 59 de la 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, en su versión dada por la Ley 4/1999 de 13 de enero.

	En: Barcelona, AM 27 de mayo de 2020
	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 Negocios Internacionales / Bachelor in International Business por la Universidad Ramón Llull	No		Ver Apartado 1: Anexo 1.
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>				
No existen datos				
<b>RAMA</b>		<b>ISCED 1</b>	<b>ISCED 2</b>	
Ciencias Sociales y Jurídicas		Educación comercial y administración	Marketing y publicidad	
<b>NO HABILITA O ESTÁ VINCULADO CON PROFESIÓN REGULADA ALGUNA</b>				
<b>AGENCIA EVALUADORA</b>				
Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya				
<b>UNIVERSIDAD SOLICITANTE</b>				
Universidad Ramón Llull				
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIVERSIDAD</b>			
041	Universidad Ramón Llull			
<b>LISTADO DE UNIVERSIDADES EXTRANJERAS</b>				
<b>CÓDIGO</b>	<b>UNIVERSIDAD</b>			
No existen datos				
<b>LISTADO DE INSTITUCIONES PARTICIPANTES</b>				
No existen datos				

### 1.2. DISTRIBUCIÓN DE CRÉDITOS EN EL TÍTULO

CRÉDITOS TOTALES	CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	CRÉDITOS EN PRÁCTICAS EXTERNAS
240	60	18
CRÉDITOS OPTATIVOS	CRÉDITOS OBLIGATORIOS	CRÉDITOS TRABAJO FIN GRADO/ MÁSTER
30	120	12
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
MENCIÓN	CRÉDITOS OPTATIVOS	
No existen datos		

### 1.3. Universidad Ramón Llull

#### 1.3.1. CENTROS EN LOS QUE SE IMPARTE

<b>LISTADO DE CENTROS</b>	
CÓDIGO	CENTRO
08044843	IQS School of Management/Facultad de Economía IQS

#### 1.3.2. IQS School of Management/Facultad de Economía IQS

##### 1.3.2.1. Datos asociados al centro

<b>TIPOS DE ENSEÑANZA QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO</b>		
PRESENCIAL	SEMPRESENCIAL	A DISTANCIA
Sí	No	No
<b>PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS</b>		
PRIMER AÑO IMPLANTACIÓN	SEGUNDO AÑO IMPLANTACIÓN	TERCER AÑO IMPLANTACIÓN
30	30	30



CUARTO AÑO IMPLANTACIÓN	TIEMPO COMPLETO	
30	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
<b>PRIMER AÑO</b>	60.0	60.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	60.0	72.0
	TIEMPO PARCIAL	
	ECTS MATRÍCULA MÍNIMA	ECTS MATRÍCULA MÁXIMA
<b>PRIMER AÑO</b>	30.0	42.0
<b>RESTO DE AÑOS</b>	30.0	42.0
<b>NORMAS DE PERMANENCIA</b>		
<a href="https://www.iqs.edu/es/grados/acceso-los-estudios">https://www.iqs.edu/es/grados/acceso-los-estudios</a>		
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
CASTELLANO	CATALÁN	EUSKERA
Sí	Sí	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
<b>BÁSICAS</b>
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
<b>GENERALES</b>
CG1 - Adquirir los conocimientos propios de las diferentes áreas de gestión empresarial que afectan al entorno de marketing de empresas y organizaciones.
CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.
CG3 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable en entornos multiculturales para conseguir un objetivo común, asumiendo el rol de liderazgo cuando le corresponda.
CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.
<b>3.2 COMPETENCIAS TRANSVERSALES</b>
CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.
CT2 - Distinguir y separar las partes de un todo hasta alcanzar a conocer sus principios y elementos, así como a integrar la información o las ideas de manera que pueda formular una visión global.
CT3 - Cuestionar y evaluar argumentos o proposiciones haciendo juicios propios.
CT4 - Comunicarse eficazmente en el/los idioma/s propio/s así como en inglés, de forma organizada, atendiendo a la actualidad y a la relevancia del contenido, así como al control de la forma, tanto en la comunicación oral (expresión corporal, voz y ritmo) como en la escritura (objetivo, estructura, conclusiones, fuentes de información, estilo, etc.).
CT5 - Proponer nuevos enfoques, buscar nuevas formas de resolver problemas y ser receptivo a las nuevas ideas.
CT6 - Identificar el entorno global de la actividad económica y social, y ser sensible en relación a otras culturas.
CT7 - Trabajar utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.
CT8 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable para alcanzar un objetivo común.
CT9 - Aplicar la perspectiva de género como metodología en el análisis de la diversidad social, psicológica, cultural, política y económica.
<b>3.3 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS</b>
CE2 - Evaluar los resultados económicos y financieros de las empresas para identificar las posibilidades de penetración en nuevos mercados, nacionales e internacionales.
CE1 - Identificar los factores del entorno económico global y las consecuencias de la economía digital en el que se desarrollan los mercados internacionales para interpretar cómo afectan al funcionamiento de la empresa.
CE3 - Reconocer los nuevos procesos de emprendimiento y las estructuras organizativas y de recursos humanos de las empresas focalizadas hacia mercados globales utilizando recursos offline y online.
CE4 - Identificar e interpretar la normativa que regula las transacciones en el comercio electrónico.
CE5 - Utilizar las herramientas cualitativas y cuantitativas básicas que permiten analizar los resultados de la investigación de mercados en entornos globales.



CE6 - Identificar, comprender y aplicar los principios básicos de marketing, de investigación de mercado, de publicidad y de relaciones públicas, así como las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación de productos y servicios en empresas internacionalizadas.
CE7 - Planificar las estrategias de marketing internacional, incluyendo el análisis de los entornos globales, el diagnóstico, los objetivos y las políticas y tácticas operativas de empresas internacionalizadas.
CE8 - Identificar y delimitar las principales variables y modelos que afectan el comportamiento del consumidor en entornos off y online, con especial énfasis en las pautas de comportamiento del consumidor global.
CE9 - Reconocer las dificultades de gestionar personas y de interactuar con personas en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.
CE10 - Aplicar las técnicas de gestión de riesgos que se utilizan en los negocios internacionales.
CE11 - Utilizar las herramientas de análisis, planificación, ejecución y control de la estrategia en entornos globales.
CE12 - Utilizar valores y criterios éticos en la actividad empresarial.
CE13 - Aplicar eficazmente las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito empresarial.
CE14 - Evaluar las estrategias de penetración en los mercados internacionales y adquirir los conocimientos asociados a las técnicas del comercio exterior.
CE15 - Desarrollar habilidades interpersonales y comunicativas que permitan actuar eficazmente en la vida profesional, en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.

#### 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

Para acceder a las enseñanzas oficiales de Grado y, por tanto, al Graduado o Graduada en Negocios Internacionales/International Business por la Universidad Ramón Llull que se impartirá en IQS School of Management, se requerirá cumplir con alguno de los requisitos que establece el Real Decreto 412/2014 de 6 de junio:

- a) Estudiantes en posesión del título de Bachiller del Sistema Educativo Español o de otro declarado equivalente.
- b) Estudiantes en posesión del título de Bachillerato Europeo o del diploma de Bachillerato internacional.
- c) Estudiantes en posesión de títulos, diplomas o estudios de Bachillerato 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.
- d) 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.
- e) 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.
- f) 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.
- g) Personas mayores de veinticinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.
- h) Personas mayores de cuarenta años con experiencia laboral o profesional en relación con una enseñanza.
- i) Personas mayores de cuarenta y cinco años que superen la prueba de acceso establecida en este real decreto.
- j) Estudiantes en posesión de un título universitario oficial de Grado, Máster o título equivalente.
- k) 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.
- l) 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.
- m) 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.

Así mismo, el artículo 5 de este mismo texto establece los Principios generales de admisión a las enseñanzas universitarias oficiales de Grado.



### Condiciones o pruebas de acceso especiales

Además, los candidatos deberán superar la Prueba de Admisión propia de IQS que consiste en la realización de un test y la revisión del expediente académico del candidato. En la realización de dicho test de admisión se tienen en cuenta todos los requisitos legales y en particular la ley de protección de datos.

El test de Admisión, realizado por un Gabinete de Psicólogos, tiene una duración aproximada de dos horas y consta de cuatro partes:

- **Cuestionario de datos personales** con preguntas objetivas y proyectivas.
- **Test de recursos aptitudinales:** Inteligencia General y Factorial, que analiza, además de la Inteligencia General, el Razonamiento Lógico, los contenidos Verbales y No Verbales, los Numéricos y la Aptitud Especial. Su realización está limitada en tiempo.
- **Cuestionario de Intereses profesionales:** que permiten identificar las áreas profesionales que más se adaptan a los intereses, destrezas y características personales del candidato. Los resultados se agrupan en 6 campos:
  - Técnico-manual
  - Científico-investigador
  - Artístico-creativo
  - Social-asistencial
  - Empresarial-persuasivo
  - Oficina-administración
- **Cuestionario factorial de personalidad:** evalúa los siguientes 20 parámetros bipolares, agrupados en 7 áreas:
  - Despliegue de energía

- Versatilidad / Persistencia

- Economía de esfuerzo / Intensidad energética

- Conformismo / Afán de logro

o Liderazgo

- Inseguridad directiva / Autoimagen de líder

- Rechazo al mando / Apetencia de mando

- Indecisión / Resolución

o Ritmo vital

- Lentitud / Dinamismo

- Sedentarismo / Vigor

o Naturaleza social

- Timidez / Reconocimiento

- Reserva / Sociabilidad

- Individualismo / Espíritu de equipo

- Frialidad / Afectividad

o Actitud ante las tareas

- Irreflexión / Reflexión

- Globalismo / Detallismo

- Desorden / Orden

o Naturaleza emocional

- Innovación / Conservadurismo

- Reactividad emocional / Control emocional

- Agresividad defensiva / Contemporización

o Subordinación

- Reticencia a la autoridad / Fidelidad

- Autonomía / Formalismo

Los resultados obtenidos se recogen en un informe individual en el que se emite pronóstico de las posibilidades de aprovechamiento y seguimiento de los estudios por parte del candidato.



Por otra parte, también se realiza una prueba de conocimiento del idioma inglés con la finalidad de orientar al estudiante sobre su nivel en relación al que se exige al inicio de los estudios. Su resultado no es vinculante en el momento de estudiar la admisión del candidato, pero informará al estudiante, si es el caso, sobre la necesidad de reforzar el aprendizaje de este idioma.

Puesto que el título está parcialmente impartido en inglés, el nivel de inglés requerido para seguir los estudios con normalidad será el nivel B2 o equivalente. Este nivel será exigido a partir del tercer semestre debido a que en los dos primeros semestres no hay asignaturas impartidas en inglés.

Asimismo, se informa al alumno que, de acuerdo con el artículo 211 de la Ley 2/2014, aprobada por el Parlament de Catalunya el 27 de enero del 2014, los estudiantes que inicien estudios universitarios de Grado en una Universidad Catalana en el curso 2014-15 y años posteriores deberán de acreditar, al finalizar los estudios, el conocimiento de una lengua extranjera entre las establecidas en las Pruebas de Acceso a la Universidad (PAU), con un nivel equivalente al B2 del Marco europeo común de referencia para las lenguas (MECR) del Consejo de Europa para poder proceder a la expedición del título correspondiente. Este artículo quedó modificado por la Ley 1/2018, del 8 de mayo, de modificación de la Ley 2/2014 y aprobada el 8 de mayo de 2018 por la que este requisito de deberá a los estudiantes que inicien estudios universitarios de Grado en una Universidad Catalana en el curso 2018-19 y años posteriores.

El proceso de selección lo realiza la Comisión de Admisiones de Primer Curso, constituida de forma permanente por el Director General y el Secretario General de IQS.

De forma individual, se estudia de cada candidato:

- Los resultados académicos obtenidos en sus estudios de Bachiller, la modalidad de bachillerato que ha escogido y las asignaturas cursadas con carácter optativo.
- Los resultados del test de Admisión, evaluando detenidamente el informe y las conclusiones del mismo.

Si la comisión detecta alguna singularidad, convoca al candidato a una entrevista personal, solicitando que sea acompañado por sus padres o tutores. En ella se revisa y comenta la elección de estudios efectuada y las cualidades demostradas por el candidato.

### 4.3 APOYO A ESTUDIANTES

Además de las acciones descritas en el punto 4.1 de la presente memoria, algunas de las cuales hacen referencia al apoyo y orientación que recibe el estudiante en su proceso de incorporación al centro, los estudiantes de la IQS School of Management/Facultat d'Economia IQS reciben asesoramiento y orientación profesional y académica durante sus estudios. Para ello, destacamos principalmente los siguientes servicios:

1. Tutoría personalizada 2. Prácticas en Empresa 3. Asesoramiento para intercambios con universidades extranjeras 4. Orientación específica para el Trabajo Final de Grado 5. Bolsa de Trabajo

#### 1. Tutoría personalizada

El sistema establecido de tutorías personalizadas permite atender de un modo individual a los alumnos tanto en lo que respecta a su orientación académica, profesional como personal.

El tutor es un profesor de IQS que ha sido designado por el Decano para la atención personal del alumno durante toda la carrera con el fin de ayudarlo a conseguir los objetivos educacionales, más allá de lo que corresponde a cada asignatura en concreto. El tutor se podrá ocupar de cualquier cuestión que el alumno pueda tener en relación a alguna dificultad particular, orientarlo de cara a la realización de prácticas en empresas, etc. El tutor también podrá actuar como intermediario del alumno frente a los Órganos de Gobierno del Centro, Autoridades Académicas y otros estamentos de IQS y de la Universidad Ramon Llull.

Debido a las características particulares de primer curso de Grado (transición a la universidad, integración en el centro, control del absentismo o abandono, etc.) las tutorías de este curso las realiza el coordinador de primer o la persona/as designadas a tal efecto.

El seguimiento de las actividades de tutoría se gestiona a través de la aplicación Plan de Acción Tutorial. Se trata de un módulo incorporado al Sistema de Gestión Académica SIGMA que permite recopilar la información generada en las tutorías individualizadas, con acceso restringido al tutor personal.

#### Atención individual al estudiante por parte del profesorado:

Dentro de las actividades formativas incluidas en todas las asignaturas (Grados y Masters), cada profesor contempla un tiempo de dedicación a los estudiantes de forma individual o en pequeños grupos.

#### 2. Prácticas en Empresa

El Servicio de Carreras profesionales es el encargado de la búsqueda y asesoramiento para la realización de las prácticas. La tradición pedagógica de IQS contempla la organización de prácticas en el mundo de la empresa por considerarlas un factor fundamental en el aprendizaje. Actualmente, todos los Grados de IQS y algunos de los Masters incorporan en su plan de estudios prácticas obligatorias en empresa. Además, todos los estudiantes que lo desean pueden realizar prácticas extracurriculares.

IQS School of Management incluye en el Plan de Estudios de los diferentes estudios prácticas en el mundo de la empresa. Estas prácticas son especialmente interesantes para el estudiante porque:

- Suponen su primer contacto con el mundo laboral.



- Orientan en función de sus intereses profesionales.
- Ofrecen la oportunidad real de poner en práctica los conocimientos teóricos y las competencias adquiridas.
- Representan una selección para acceder a un puesto de trabajo.
- Conferen un carácter diferencial al CV de los estudiantes.

El plan de estudios del Graduado o Graduada en Negocios Internacionales / International Business prevé la realización de como mínimo 18 ECTS de prácticas en empresa.

Durante el período de prácticas, además del seguimiento realizado desde el Servicio de Carreras profesionales, los estudiantes disponen de un tutor dentro de la empresa. Este tutor efectúa el seguimiento de las tareas establecidas en cada caso para alcanzar los objetivos educacionales.

### 3. Asesoramiento para intercambios con universidades extranjeras

Los estudiantes que lo desean pueden realizar intercambios en universidades extranjeras de reconocido prestigio con las que IQS tenga convenio de intercambio. Para ello, IQS dispone de un sistema de apoyo y orientación a los estudiantes que lo deseen. Se desarrollan presentaciones en las que se les indica a los estudiantes las diversas posibilidades. A continuación, los estudiantes expresan las opciones elegidas por orden de prioridad. Éstas son estudiadas por el Decano y el Coordinador de Relaciones Internacionales que tratan de asignar un destino lo más acorde posible a las solicitudes del alumno. Se pide un nivel mínimo de inglés (TOEFL 75 IBT). Los conflictos de prioridad se resuelven en consideración al expediente del alumno. A continuación, se orienta a los alumnos sobre todas las gestiones a realizar, así como de los plazos correspondientes. El servicio de Relaciones Internacionales comunica a las universidades elegidas los alumnos asignados, solicita la admisión de los mismos y les asesora en el envío de solicitudes, obtención de visados, etc. También canaliza la documentación que debe enviarse a las universidades de intercambio.

El Responsable de Relaciones Internacionales mantiene el listado actualizado de las universidades con las que IQS tiene acuerdos de intercambio. Esta información es pública a través de la Web IQS (<https://www.iqs.edu/es/international-students-outgoing>).

### 4. Orientación específica para el Trabajo Final de Grado

La orientación relacionada con la realización de TFG/TFM y Tesis correspondientes a cada titulación se inicia con las sesiones de información que se ofrecen a los alumnos para facilitarles la elección del posible trabajo a realizar.

Una vez el alumno está en disposición de iniciar el trabajo recibe asistencia y orientación específica para su realización por parte del profesor/tutor responsable de la dirección del TFG/TFM o Tesis. El profesor/tutor que dirige el trabajo realiza una labor de asistencia y orientación mediante reuniones frecuentes con el alumno, transmitiéndole su experiencia.

El coordinador del título vela por el cumplimiento de los plazos y demás requisitos establecidos.

### 5. Bolsa de Trabajo

El Servicio de Carreras profesionales gestiona la Bolsa de Trabajo que facilita y ofrece asesoramiento profesional a los estudiantes en su primera experiencia laboral una vez titulados. Además, organiza diferentes actividades dirigidas a la orientación profesional y la inserción laboral de los graduados, como los talleres para fomentar la Empleabilidad o el Foro de Empresas IQS.

## 4.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

### Reconocimiento de Créditos Cursados en Enseñanzas Superiores Oficiales no Universitarias

MÍNIMO	MÁXIMO
27	33

### Reconocimiento de Créditos Cursados en Títulos Propios

MÍNIMO	MÁXIMO
0	0

### Adjuntar Título Propio

Ver Apartado 4: Anexo 2.

### Reconocimiento de Créditos Cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional

MÍNIMO	MÁXIMO
0	18

La transferencia y reconocimiento de créditos se harán dentro del marco de la siguiente regulación general:

- El RD 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.
- El 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, específicamente:



- Artículo 6. Reconocimiento y transferencia de créditos.
- Artículo 13. Reconocimiento de créditos en las enseñanzas de Grado.

Además de lo establecido en el artículo 6 de este real decreto, la transferencia y reconocimiento de créditos en las enseñanzas de grado deberán respetar las siguientes reglas básicas:

1. Siempre que el título al que se pretende acceder pertenezca a la misma rama de conocimiento, serán objeto de reconocimiento un número de créditos que sea al menos el 15 por ciento del total de los créditos del título, correspondientes a materias de formación básica de dicha rama.
2. 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.
3. 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.

### **Reconocimiento de créditos en la URL**

Se entiende por reconocimiento de créditos, a efectos de cómputo de créditos para la obtención de un título oficial, la aceptación por parte de la URL de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unas enseñanzas oficiales, en la URL u otra universidad, son computados a efectos de la obtención de un título oficial. 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. También se podrán reconocer créditos por la experiencia laboral y profesional acreditada siempre que esté relacionada con las competencias inherentes al título. El número de créditos que sean objeto de reconocimiento a partir de experiencia profesional o laboral y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios.

### **Proceso:**

El estudiante solicita el reconocimiento de créditos una vez se matricula en su centro de los estudios que haya cursado y aprobado en otros centros universitarios con titulaciones oficiales o, en caso de que proceda de enseñanzas universitarias no oficiales o de que disponga de experiencia laboral y profesional acreditada.

De acuerdo con lo aprobado en el artículo 6 del Real Decreto 861/2010 por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007 de ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, la experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título. El número de créditos que puede ser objeto de reconocimiento a partir de la experiencia profesional o laboral, y de enseñanzas universitarias no oficiales no podrá ser superior, en su conjunto, al 15 por ciento del total de créditos que constituyen el plan de estudios, siempre y cuando éstos no correspondan al trabajo final de grado. En el caso de las titulaciones de grado de 240 créditos, el límite establecido anteriormente es de 36 créditos. En el caso de reconocerse créditos por enseñanzas universitarias no oficiales, se sumarán a los reconocidos por experiencias profesional o laboral hasta alcanzar el citado límite de créditos.

Por otra parte, dicho decreto establece que no obstante lo anterior, los créditos procedentes de títulos propios podrán, excepcionalmente, ser objeto de reconocimiento en un porcentaje superior al señalado en el párrafo anterior o, en su caso, ser objeto de reconocimientos en su totalidad siempre que el correspondiente título propio haya sido extinguido y sustituido por un título oficial.

### **Reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas superiores oficiales no universitarias**

Los estudiantes que hayan finalizado sus estudios de Ciclos Formativos de Grado Superior de: "Marketing y Publicidad", "Comercio Internacional", y "Gestión de Ventas y Espacios Comerciales", todos ellos de la Familia Profesional "Comercio y Marketing", podrán acogerse al reconocimiento de créditos en el Grado en Marketing.

A título informativo, se prevé:



- En relación al/la Técnico/a Superior/a en Marketing y Publicidad, publicado en el RD 1571/2011 (BOE nº 299 del 13-12-2011), se reconocen un total de 33 ECTS: Fundamentos de Marketing (6 ECTS), Contabilidad (6 ECTS), Finanzas (6 ECTS), Investigación de mercados (6 ECTS), Publicidad y Relaciones Públicas (6 ECTS) y Plan de Marketing (3 ECTS).
- En relación al/la Técnico/a Superior/a en Comercio Internacional, publicado en Orden ENS/336/2016 (DOGC nº 7272 del 22-12-2016), se reconocen un total de 27 ECTS: Contabilidad (6 ECTS), Finanzas (6 ECTS), Comercio Internacional (3 ECTS), Investigación de mercados (6 ECTS) y Marketing Internacional (6 ECTS).
- En relación al/la Técnico/a Superior/a en Gestión de Ventas y Espacios Comerciales, publicado en RD 1571/2011 (BOE nº 299 del 13-12-2011), se reconocen un total de 27 ECTS: Contabilidad (6 ECTS), Finanzas (6 ECTS), Fundamentos de Marketing (6 ECTS), Investigación de mercados (6 ECTS) y Dirección de Ventas Internacionales (3 ECTS).

**Reconocimiento de créditos cursados por Acreditación de Experiencia Laboral y Profesional:**

- En el marco de relación entre las horas de trabajo acumuladas en la experiencia profesional y el número de créditos reconocibles es:
- Por **un año de experiencia profesional a tiempo completo**, posibilidad de reconocer hasta un **máximo de 18 créditos**, correspondientes a la **asignatura Prácticas de Empresa**, a criterio de la Junta Académica y en función de la documentación aportada.
- En cuanto al tipo de experiencia profesional que podrá ser reconocida, se establece **un perfil profesional del ámbito de los negocios y el marketing internacionales**.

Únicamente se contemplan en este procedimiento las actividades sujetas a un contrato laboral, explícitas en el Informe de Vida Laboral, y avaladas por el empleador.

En el momento de la solicitud, que se registrará por el mismo proceso que en el caso anterior, el estudiante deberá presentar la siguiente documentación:

- Solicitud del reconocimiento de créditos por experiencia laboral o profesional, en la que se especifica que la asignatura para la que se solicita el reconocimiento es Prácticas de Empresa.
- Certificado de vida laboral expedido por la Seguridad Social.
- Certificado de la empresa o empresas sobre las funciones realizadas, expedida por el Director de Recursos Humanos de las mismas o persona que ocupe un puesto de similar responsabilidad. Los trabajadores autónomos están exentos de aportar esta certificación, pero la Comisión Permanente de la Junta Académica podrá requerir la documentación complementaria que considere oportuna.
- Memoria realizada por el estudiante en la que explique las tareas desarrolladas en los distintos puestos que ha ocupado y en las que, en su opinión, le han permitido obtener algunas de las competencias inherentes al título en el que desea obtener el reconocimiento.

**4.5 CURSO DE ADAPTACIÓN PARA TITULADOS**

No aplica



## 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

<b>5.1 DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS</b>		
Ver Apartado 5: Anexo 1.		
<b>5.2 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos.		
Sesiones presenciales prácticas.		
Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante.		
Seminarios y tutorías.		
Actividades de estudio personal.		
Sesiones de evaluación de objetivos y competencias.		
Prácticas externas.		
<b>5.3 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de conceptos teóricos		
Resolución de ejercicios		
Estudio y discusión de casos		
Presentación de trabajos		
Utilización de simuladores		
Colaboración en empresa		
<b>5.4 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
Examen final		
Exámenes parciales		
Actividades de seguimiento		
Trabajos y presentaciones		
Proyectos		
Valoración de la empresa o institución		
Participación		
<b>5.5 NIVEL 1: ECONOMÍA Y FINANZAS</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: ECONOMÍA</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Economía
<b>ECTS NIVEL2</b>		
<b>ECTS OPTATIVAS</b>	<b>ECTS OBLIGATORIAS</b>	<b>ECTS BÁSICAS</b>
	12	18
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		12
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>



Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: ENTORNO ECONÓMICO GLOBAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: ECONOMÍA DIGITAL GLOBAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No



<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>NIVEL 3: ECONOMÍA DE LA EMPRESA</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	
Básica		6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>	
<b>ECTS Semestral 1</b>		<b>ECTS Semestral 2</b>	
6			
<b>ECTS Semestral 4</b>		<b>ECTS Semestral 5</b>	
<b>ECTS Semestral 7</b>		<b>ECTS Semestral 8</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>		<b>ECTS Semestral 11</b>	
<b>LECTURAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>		<b>CATALÁN</b>	
Sí		Sí	
<b>GALLEGO</b>		<b>VALENCIANO</b>	
No		No	
<b>FRANCÉS</b>		<b>ALEMÁN</b>	
No		No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>NIVEL 3: GEOPOLÍTICA / GEOPOLITICS</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	
Obligatoria		6	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>	
<b>ECTS Semestral 1</b>		<b>ECTS Semestral 2</b>	
<b>ECTS Semestral 4</b>		<b>ECTS Semestral 5</b>	
		6	
<b>ECTS Semestral 7</b>		<b>ECTS Semestral 8</b>	
<b>ECTS Semestral 10</b>		<b>ECTS Semestral 11</b>	
<b>LECTURAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>			
<b>CASTELLANO</b>		<b>CATALÁN</b>	
No		No	
<b>GALLEGO</b>		<b>VALENCIANO</b>	
No		No	
<b>FRANCÉS</b>		<b>ALEMÁN</b>	
No		No	
<b>ITALIANO</b>		<b>OTRAS</b>	
No		No	
<b>NIVEL 3: GESTIÓN DEL RIESGO-PAÍS / COUNTRY RISK MANAGEMENT</b>			
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>			
<b>CARÁCTER</b>		<b>ECTS ASIGNATURA</b>	



Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Los estudiantes serán capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Entender las decisiones de las empresas y su interacción en los mercados internacionales.</li> <li>Identificar y comprender la información económica que afecta a las empresas.</li> <li>Estar familiarizados con las herramientas económicas más importantes.</li> <li>Entender el impacto de las TIC en la economía digital global.</li> <li>Entender el impacto de la economía digital en los modelos de negocio y de organización.</li> <li>Entender los cambios y las crisis globales que afectan a los mercados globalizados.</li> <li>Identificar las tendencias tecnológicas, económicas y políticas mundiales y su impacto en los negocios.</li> <li>Familiarizarse con los cambios que afectan a los mercados globales.</li> <li>Analizar críticamente las principales fuerzas del entorno que afectan a las organizaciones.</li> <li>Identificar y evaluar las oportunidades y amenazas para las empresas que se derivan de los cambios en su contexto económico y político.</li> <li>Familiarizarse con los principales enfoques de la geografía política.</li> <li>Comprender los debates contemporáneos a nivel regional, nacional y global y las cuestiones de importancia geopolítica.</li> <li>Entender el ciclo de análisis y gestión del riesgo y aplicarlo de una manera sistemática en comercio internacional.</li> <li>Analizar las circunstancias políticas y sociales de un país y la estabilidad de su sistema político y social, así como la forma en que los negocios internacionales se desarrollan en dicho país, a fin de priorizar mercados objetivos.</li> </ul>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p><b>Materia: Economía (30 ECTS)</b></p> <p>Asignaturas y contenidos</p> <p><b>Entorno Económico Global (6 ECTS, formación básica)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Introducción: Conceptos básicos sobre economía</li> <li>Los principales indicadores macroeconómicos. Medidas de producción, mercado laboral, precios. El desempleo juvenil en España.</li> <li>El mercado de bienes y servicios. La demanda agregada y la oferta agregada. El papel del gobierno y la economía sumergida.</li> <li> Mercados financieros. Los bancos centrales y el sistema monetario.</li> <li>Política monetaria y fiscal. Medidas de política convencionales y no convencionales. La flexibilización cuantitativa. La base universal ingresos. Abenomics: el caso de Japón.</li> <li>Integración económica. El caso de la Unión Europea.</li> <li>Olas de globalización. Flujos de comercio. La economía de China. La revolución digital: nuevos riesgos y desafíos. La automatización. La economía del reparto.</li> <li>Medio ambiente y globalización. El impacto del cambio climático en la economía mundial.</li> <li>Expectativas. El papel de las expectativas en los mercados financieros. La crisis financiera mundial.</li> </ol> <p><b>Economía Digital Global (6 ECTS, formación básica)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Introducción a la economía digital mundial</li> <li>Fundamentos de la economía digital</li> <li>Evolución y tendencias: el caso de las aplicaciones</li> <li>Inteligencia artificial: automatización de procesos, aprendizaje de máquinas y aprendizaje profundo</li> <li>Desarrollo tecnológico y desempleo</li> <li>Empresas de nueva creación</li> <li>Bitcoin y criptomonedas (tecnología blockchain)</li> <li>Industria 4.0</li> <li>Negocio electrónico y comercio electrónico</li> <li>Finanzas mundiales y nuevas tecnologías</li> <li>Cambio climático y globalización</li> </ol>		



12. Economía digital y migración
13. Aspectos éticos de la economía digital

**Economía de la Empresa (6 ECTS, formación básica)**

1. La empresa en un contexto internacional
2. Desarrollo de la empresa
3. Organización y dirección de la empresa en una sociedad digital
4. La función productiva
5. La función comercial de la empresa en los mercados internacionales
6. La información en la empresa
7. La función financiera
8. Proyecto empresarial en mercados globales
9. La empresa en la economía digital

**Geopolítica / Geopolitics (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introduction to geopolitics
2. Geopolitical agency and codes
3. Geopolitics and nationalism
4. Territorial geopolitics
5. Borders and boundaries
6. Networks, social movements, terrorism and counter-terrorism
7. Global geopolitics
8. Environmental geopolitics
9. Resource conflicts and energy conflicts
10. Economic geography
11. Security and sustainability

**Gestión del Riesgo-País / Country Risk Management (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introduction: analyzing and mitigating risks in international trade
2. Risk management process
3. Currency and foreign exchange risk
4. Political risk
5. Economic risk
6. Social risk
7. Commercial risk
8. Foreign physical asset risk
9. Personnel risk
10. Technology risk
11. Intellectual property risk
12. Commercial law

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.

CG3 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable en entornos multiculturales para conseguir un objetivo común, asumiendo el rol de liderazgo cuando le corresponda.

CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.

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

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.

CT2 - Distinguir y separar las partes de un todo hasta alcanzar a conocer sus principios y elementos, así como a integrar la información o las ideas de manera que pueda formular una visión global.

CT3 - Cuestionar y evaluar argumentos o proposiciones haciendo juicios propios.



CT6 - Identificar el entorno global de la actividad económica y social, y ser sensible en relación a otras culturas.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Evaluar los resultados económicos y financieros de las empresas para identificar las posibilidades de penetración en nuevos mercados, nacionales e internacionales.		
CE1 - Identificar los factores del entorno económico global y las consecuencias de la economía digital en el que se desarrollan los mercados internacionales para interpretar cómo afectan al funcionamiento de la empresa.		
CE3 - Reconocer los nuevos procesos de emprendimiento y las estructuras organizativas y de recursos humanos de las empresas focalizadas hacia mercados globales utilizando recursos offline y online.		
CE10 - Aplicar las técnicas de gestión de riesgos que se utilizan en los negocios internacionales.		
CE14 - Evaluar las estrategias de penetración en los mercados internacionales y adquirir los conocimientos asociados a las técnicas del comercio exterior.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos.	122	100
Sesiones presenciales prácticas.	162	75
Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante.	162	20
Seminarios y tutorías.	41	100
Actividades de estudio personal.	284	0
Sesiones de evaluación de objetivos y competencias.	41	100
Prácticas externas.	0	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de conceptos teóricos		
Resolución de ejercicios		
Estudio y discusión de casos		
Presentación de trabajos		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Examen final	10.0	30.0
Exámenes parciales	20.0	30.0
Actividades de seguimiento	10.0	30.0
Trabajos y presentaciones	30.0	60.0
Participación	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: CONTABILIDAD Y FINANZAS</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
<b>ECTS NIVEL2</b>		
<b>ECTS OPTATIVAS</b>	<b>ECTS OBLIGATORIAS</b>	<b>ECTS BÁSICAS</b>
	12	6
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>



		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: CONTABILIDAD</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: FINANZAS</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	



No	No	
<b>NIVEL 3: FINANZAS EN UNA ECONOMÍA GLOBAL / FINANCE IN A GLOBAL ECONOMY</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Los estudiantes serán capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Preparar y presentar las cuentas anuales a partir de hechos económicos de acuerdo con las NIIF.</li> <li>Entender la información financiera de las cuentas anuales.</li> <li>Analizar los estados financieros de las empresas.</li> <li>Entender cómo se toman decisiones para mejorar la posición financiera de las empresas.</li> <li>Estimar el coste de capital, incluyendo el coste de financiación propia y ajena utilizando datos financieros.</li> <li>Evaluar la estructura de capital de las empresas.</li> <li>Evaluar proyectos de inversión y de financiación.</li> <li>Comprender los conceptos y la terminología de la economía y las finanzas globales.</li> <li>Analizar las fortalezas y debilidades de los acuerdos de comercio regionales.</li> <li>Familiarizarse con las funciones de los principales organismos internacionales.</li> <li>Entender cómo funcionan los tipos de cambio como mecanismos de ajuste.</li> <li>Entender los flujos de bienes, servicios y capital entre países.</li> <li>Familiarizarse con los medios de financiación de empresas disponibles en economías globalizadas.</li> </ul>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p><b>Materia: Contabilidad y Finanzas (18 ECTS)</b></p> <p>Asignaturas y contenidos</p> <p><b>Contabilidad (6 ECTS, formación básica)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Fundamentos de la contabilidad financiera             <ol style="list-style-type: none"> <li>Elementos de las cuentas anuales</li> <li>Reconocimiento y medición de los elementos de las cuentas anuales</li> </ol> </li> <li>Presentación de las cuentas anuales             <ol style="list-style-type: none"> <li>Componentes de las cuentas anuales</li> <li>Principios generales de las cuentas anuales</li> <li>Balance de situación</li> <li>Cuenta de pérdidas y ganancias</li> <li>Estado de cambios en el patrimonio neto</li> <li>Memoria</li> </ol> </li> <li>Análisis de estados financieros             <ol style="list-style-type: none"> <li>Estabilidad financiera</li> <li>Análisis de solvencia</li> <li>Análisis de liquidez</li> <li>Rentabilidad</li> </ol> </li> <li>Decisiones financieras basadas en información financiera</li> </ol> <p><b>Finanzas (6 ECTS, formación obligatoria)</b></p>		



1. Decisiones de inversión
  - a. Tasa crítica de rentabilidad para las empresas
    - i. Coste del patrimonio neto
    - ii. Coste de la deuda
    - iii. Coste del capital
  - b. Decisiones de inversión
    - i. ROA
    - ii. ROE
  - c. Análisis de flujos de efectivo
2. Decisiones de financiación
  - a. Fuentes de financiación
  - b. Composición de las fuentes de financiación
  - c. Estructura de capital óptima

**Finanzas en una Economía Global / Finance in a Global Economy (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Comparative advantage
2. Tariffs and nontariff barriers
3. Trade regulation and industrial policies
4. Trade policies for developing countries
5. Regional trade agreements
6. International factor movements
7. Multinational enterprises
8. Balance of payments and foreign exchange
9. Mechanisms of international adjustment
10. Macroeconomic policy in an open economy
11. International banking

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG1 - Adquirir los conocimientos propios de las diferentes áreas de gestión empresarial que afectan al entorno de marketing de empresas y organizaciones.

CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.

CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.

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

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.

CT2 - Distinguir y separar las partes de un todo hasta alcanzar a conocer sus principios y elementos, así como a integrar la información o las ideas de manera que pueda formular una visión global.

CT6 - Identificar el entorno global de la actividad económica y social, y ser sensible en relación a otras culturas.

**5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS**

CE2 - Evaluar los resultados económicos y financieros de las empresas para identificar las posibilidades de penetración en nuevos mercados, nacionales e internacionales.

CE13 - Aplicar eficazmente las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito empresarial.

**5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos.	73	100
Sesiones presenciales prácticas.	97	75



Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante.	97	20
Seminarios y tutorías.	24	100
Actividades de estudio personal.	170	0
Sesiones de evaluación de objetivos y competencias.	24	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de conceptos teóricos		
Resolución de ejercicios		
Estudio y discusión de casos		
Presentación de trabajos		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Examen final	10.0	30.0
Exámenes parciales	30.0	50.0
Actividades de seguimiento	10.0	30.0
Trabajos y presentaciones	10.0	30.0
Participación	0.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: EMPRESA</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: GESTIÓN EMPRESARIAL</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
<b>ECTS NIVEL2</b>		
<b>ECTS OPTATIVAS</b>	<b>ECTS OBLIGATORIAS</b>	<b>ECTS BÁSICAS</b>
12	60	30
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
18	15	3
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
12	24	18
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
12		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO</b>		



5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Básica	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: LENGUA EXTRANJERA II / FOREIGN LANGUAGE II		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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	No
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	Sí	
NIVEL 3: LENGUA EXTRANJERA III / FOREIGN LANGUAGE III		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	Sí	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: ÉTICA EMPRESARIAL Y SOSTENIBILIDAD / BUSINESS ETHICS AND SUSTAINABILITY</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
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
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: ESTRATEGIA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES / STRATEGY IN INTERNATIONAL BUSINESS</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
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
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: GESTIÓN INTERCULTURAL / CROSS CULTURAL MANAGEMENT</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: LOGÍSTICA Y TRANSPORTE INTERNACIONAL / LOGISTICS AND INTERNATIONAL TRANSPORT</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>



No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: CAPACIDADES DE NEGOCIACIÓN EN ENTORNOS INTERNACIONALES / INTERNATIONAL NEGOTIATION SKILLS</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: GESTIÓN DEL TALENTO GLOBAL / GLOBAL TALENT MANAGEMENT</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
		6
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



<b>NIVEL 3: VISUALIZACIÓN DE DATOS / DATA VISUALIZATION</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: ANÁLISIS DE DATOS</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>



Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: RECURSOS HUMANOS Y COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>



ECTS Semestral 7	ECTS Semestral 8	ECTS Semestral 9
ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: ÉTICA SOCIAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: ENTORNO LEGAL INTERNACIONAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		3
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No



<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	No
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: GESTIÓN DE PROYECTOS</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: LENGUA EXTRANJERA I (INGLÉS) / FOREIGN LANGUAGE I (ENGLISH)</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	



No	No
----	----

**5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Los estudiantes serán capaces de:

- Desarrollar una visión estratégica y una mentalidad orientada a la innovación.
- Aprender cómo formular una propuesta de valor, desarrollar prototipos, y cómo validarlos para los mercados internacionales.
- Aprender cómo formular un modelo de negocio para un proyecto innovador que pueda implementarse en mercados internacionales.
- Identificar los conceptos fundamentales de ética económica y empresarial.
- Comprender las principales teorías relativas a la ética en los negocios, la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa, y ser capaz de aplicarlas al análisis y resolución de situaciones reales.
- Tomar decisiones moralmente correctas y racionalmente críticas en el ejercicio de la profesión.
- Identificar los procesos esenciales relacionados con el comportamiento organizacional.
- Tener una visión global e integrada de todas las funciones que desarrollan las empresas en el área de Recursos Humanos.
- Conocer las actividades del departamento de Recursos Humanos en empresas presentes en diversos mercados internacionales.
- Comprender los fundamentos generales de la legislación que afecta a los negocios internacionales en el contexto de la economía digital.
- Evaluar, discutir y reflejar el alcance de los derechos de los consumidores, el comercio electrónico y la legislación relacionada con la comercialización por medios electrónicos digitales.
- Sintetizar la información utilizando técnicas estadísticas.
- Interpretar los resultados a partir del análisis con técnicas estadísticas.
- Entender las fases de un proyecto, sus herramientas y procedimientos.
- Escribir correctamente documentos académicos y de empresa, así como preparar y defender presentaciones en público.
- Entender la función operativa y estratégica de los Sistemas de Información y las TIC en las empresas.
- Definir y explicar los conceptos principales relacionados con las TIC.
- Tener un uso práctico de las principales herramientas básicas de las TIC.
- Saber interpretar y desarrollar códigos éticos y de responsabilidad social en el mundo de los negocios.
- Realizar un análisis externo y un análisis interno de cualquier organización.
- Formular una estrategia y elaborar un plan para implantarla.
- Prever los sistemas de control para efectuar un seguimiento de la implantación de la estrategia.
- Crear ventajas competitivas sostenibles para cualquier organización.
- Utilizar una visión estratégica en el momento de tomar decisiones.
- Demostrar la capacidad de comprender y utilizar una lengua extranjera en un entorno empresarial a nivel oral y escrito.
- Entender la importancia de la gestión intercultural y del efecto que tienen las culturas nacionales en el trabajo y el empleo.
- Identificar el rango de prácticas de gestión internacional y entender cómo la cultura nacional puede afectar a estas prácticas.
- Conocer los modelos de gestión comparativa y de empleo, así como sus implicaciones para la gestión empresarial en diferentes contextos culturales e internacionales.
- Aplicar el conocimiento sobre las diferencias culturales e institucionales para evaluar los retos y oportunidades de hacer negocios en otros países.
- Demostrar un entendimiento de las diferencias culturales en interacciones con otras nacionalidades.
- Entender las dependencias entre los factores cambiantes del entorno y las oportunidades y amenazas para las empresas en entorno internacionales.
- Analizar el rol e impacto de los negocios internacionales en el desarrollo económico de un país.
- Entender cómo los elementos sociales, culturales y comportamentales influyen en las prácticas empresariales en diferentes países y cómo ello puede ser usado para el diseño de estrategias eficientes.
- Entender el impacto de las operaciones, la logística y el transporte en la rentabilidad de las empresas.
- Formular e implementar estrategias para optimizar la gestión del transporte en contextos internacionales y resolver problemas de transporte utilizando conocimientos de geografía y de sistemas de transporte.
- Saber planificar, dirigir y cerrar un proceso de negociación.
- Aprender los fundamentos de inteligencia emocional para identificar y controlar las emociones en un proceso de negociación, incluida la empatía.
- Mejorar las habilidades comunicativas, incluidas la comunicación verbal y no verbal.
- Entender las diversas perspectivas de la gestión del talento y de las personas en un entorno global, con especial énfasis en la planificación de los recursos humanos y en el reclutamiento y la compensación de empleados en un contexto internacional.
- Saber hacer un uso inclusivo y no sexista del lenguaje.
- Saber aplicar los instrumentos de la perspectiva género al análisis de las organizaciones y a la política de recursos humanos (planes de igualdad, medidas de conciliación, protocolos contra la violencia machista, programas de seguridad y salud laboral).
- Saber integrar las condiciones y necesidades de hombre y mujeres y el enfoque de los derechos humanos a las políticas de cooperación al desarrollo.

**5.5.1.3 CONTENIDOS**

**Materia: Gestión Empresarial (102 ECTS)**

Asignaturas y contenidos

**Innovación y Emprendimiento (6 ECTS, formación básica)**

1. Introducción a la innovación
2. Introducción al emprendimiento
3. Causation versus effectuation
4. Generando soluciones: técnicas creativas
5. Estrategia, competición y coste
6. Open innovation
7. Desarrollando una propuesta de valor convincente
8. Prototipos y validación
9. Ejecución
10. Financiación del proyecto de emprendimiento

**Análisis de Datos (6 ECTS, formación básica)**

1. Introducción al análisis de datos
2. Análisis exploratorio de datos
  - a. Describiendo datos desde una variable
  - b. Relaciones entre variables
  - c. Introducción a la visualización de datos



3. Distribuciones de probabilidad
  - a. Distribución binomial
  - b. Distribución normal
4. Toma de decisiones utilizando muestras
  - a. Intervalos de confianza y estimación
  - b. Test estadísticos
5. Técnicas para investigación de marketing y analíticas
  - a. ANOVA
  - b. Segmentación: clústeres y clasificación
  - c. Reglas de asociación y Market Basket Analysis

**Técnicas de Comunicación (6 ECTS, formación básica)**

1. Comunicación escrita en organizaciones
2. Redacción académica
3. Textos de negocios
4. Comunicación oral
5. Estructura y contenido de presentaciones orales
6. Ayuda en soporte audiovisual para discursos orales
7. Creación del discurso efectivo

**Tecnologías de la Información y la Comunicación (6 ECTS, formación básica)**

1. Introducción a las TIC
2. TIC en la práctica: herramientas básicas
3. Tipologías de TIC en empresas
4. Gestión de TIC en empresas

**Recursos Humanos y Comportamiento Organizacional (6 ECTS, formación básica)**

Parte I: Recursos Humanos

1. Introducción a los Recursos Humanos (RRHH)
2. Planificación de RRHH en empresas internacionales
3. Reclutamiento y proceso de selección
4. Desarrollo de RRHH y vinculación de los empleados
5. Gestión de diversidad y talento
6. El proceso de desvinculación
7. Administración de RRHH

Parte II: Comportamiento Organizacional

1. Estructura, cultura y ambiente organizacional
2. Personas, equipos y grupos en las organizaciones en mercados internacionales
3. Resolución de problemas y conflictos
4. Comunicación interna
5. Liderazgo

**Ética Social (3 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introducción a la Ética
2. Ética de la economía
3. Responsabilidad Social Corporativa: económica, social y medioambiental
4. Ética de la empresa

**Entorno Legal Internacional (3 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introducción a la ley: fundamentos. Sociedades mercantiles
2. Fundamentos de legislación comercial internacional
3. Los principales niveles legislativos que afectan a las transacciones comerciales: autonómica, estatal, Unión Europea
4. Protección de propiedad intelectual y de datos en el mundo digital
5. Derechos de usuarios y consumidores en el entorno digital
6. Legislación de competencia y publicidad

**Gestión de Proyectos (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introducción a las teorías de gestión de proyectos
2. El ciclo de vida del proyecto
3. Gobernanza y ética de proyectos
4. Selección y modelos de proyectos
5. Gestión de proyectos y gestor de proyectos
6. Liderazgo y roles de equipo
7. Conflicto y negociación
8. Proyectos de acuerdo con la estructura organizacional
9. Planificación, presupuesto y programación
10. Ejecución y control

**Lengua Extranjera I (Inglés) / Foreign Language I (English) (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Contenidos gramaticales
2. Contenidos semánticos
  - a. Marketing
  - b. Globalización
  - c. Publicidad
  - d. Relaciones internacionales
  - e. Administración, fusión y gestión de empresas
  - f. Comercio online
  - g. Negociaciones y reuniones



**Lengua Extranjera II / Foreign Language II (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Contenidos gramaticales
2. Contenidos semánticos

**Lengua Extranjera III / Foreign Language III (6 ECTS, optativa)**

1. Contenidos gramaticales
2. Contenidos semánticos

**Ética Empresarial y Sostenibilidad / Business Ethics and Sustainability (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Ethics, sustainability and systems thinking
2. Shareholder vs stakeholder perspectives and corporate responsibility
3. Social sustainability
4. Environmental sustainability
5. Frameworks for ethical thinking
6. Ethical decision making
7. Supply chain, operations and employment ethics
8. Marketing ethics and the ethics of consumption
9. Professional ethics
10. Managers as change agents

**Estrategia en Negocios Internacionales / Strategy in International Business (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. The concept of strategy
2. General environment analysis and industry's environment analysis (external).
3. Company's analysis (internal)
4. Competitive advantage and competitive strategy
5. Corporate strategy
6. Strategy implementation
7. Strategy control
8. Growth strategy
9. Internationalization strategy
10. Contemporary trends in strategic management

**Gestión Intercultural / Cross Cultural Management (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introduction to cross cultural management
2. Cultures comparison: theories, models and origins
3. Dimensionality of cultures
4. Culture and communication
5. Organization culture
6. Culture and marketing

**Logística y Transporte Internacional / Logistics and International Transport (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Operations management in a global economy
2. Logistics and supply chain management
3. Outsourcing of logistics
4. Forecasting
5. MRP and ERP
6. Inventory management
7. Just in Time and Lean Manufacturing
8. Transportation management in a global economy
9. Transportation regulation
10. Costing and pricing for transportation
11. Transportation systems: motor carriers, railroads, airlines, water carriers and pipelines
12. Transportation risk management
13. Global transportation planning
14. Transportation law

**Capacidades de Negociación en Entornos Internacionales / International Negotiation Skills (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introduction to negotiation: types and key concepts
2. Distributive negotiations and negotiation styles
3. Integrative negotiations
4. Negotiation process in international contexts
5. Preparation
6. Developing conversations
7. Closing the negotiation
8. Specific negotiations: multiparty negotiations
9. Work conflicts in international contexts
10. Cross-cultural negotiations.

**Gestión del Talento Global / Global Talent Management (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. The influence of the global context in talent management
2. Labor law and industrial relations in international contexts
3. Institutional theory
4. Global talent management and staffing in the multinational enterprise
5. Staffing with international assignees: expatriates, repatriates, inpatriates
6. Training and management development
7. Global compensation, benefits, and taxes
8. International employee performance management
9. The impact of cross-border mergers and acquisitions, joint ventures and alliances
10. Ethical issues
11. Labor law



<p><b>Visualización de Datos / Data Visualization (6 ECTS, optativa)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Introducción a la visualización de datos</li> <li>2. Deconstrucción y construcción de gráficos</li> <li>3. Principios de diseño</li> <li>4. Visualización gráfica de datos, categórica, series temporales y gráficos estadísticos</li> <li>5. Storytelling</li> <li>6. Multivariate displays</li> <li>7. Displays geoespaciales</li> <li>8. Visualización interactiva y animada</li> </ol>
<p><b>5.5.1.4 OBSERVACIONES</b></p>
<p><b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b></p>
<p><b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b></p>
<p>CG1 - Adquirir los conocimientos propios de las diferentes áreas de gestión empresarial que afectan al entorno de marketing de empresas y organizaciones.</p>
<p>CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.</p>
<p>CG3 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable en entornos multiculturales para conseguir un objetivo común, asumiendo el rol de liderazgo cuando le corresponda.</p>
<p>CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.</p>
<p>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</p>
<p>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</p>
<p>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</p>
<p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado</p>
<p>CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía</p>
<p><b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b></p>
<p>CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.</p>
<p>CT2 - Distinguir y separar las partes de un todo hasta alcanzar a conocer sus principios y elementos, así como a integrar la información o las ideas de manera que pueda formular una visión global.</p>
<p>CT3 - Cuestionar y evaluar argumentos o proposiciones haciendo juicios propios.</p>
<p>CT4 - Comunicarse eficazmente en el/los idioma/s propio/s así como en inglés, de forma organizada, atendiendo a la actualidad y a la relevancia del contenido, así como al control de la forma, tanto en la comunicación oral (expresión corporal, voz y ritmo) como en la escritura (objetivo, estructura, conclusiones, fuentes de información, estilo, etc.).</p>
<p>CT5 - Proponer nuevos enfoques, buscar nuevas formas de resolver problemas y ser receptivo a las nuevas ideas.</p>
<p>CT6 - Identificar el entorno global de la actividad económica y social, y ser sensible en relación a otras culturas.</p>
<p>CT7 - Trabajar utilizando las tecnologías de la información y la comunicación.</p>
<p>CT8 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable para alcanzar un objetivo común.</p>
<p>CT9 - Aplicar la perspectiva de género como metodología en el análisis de la diversidad social, psicológica, cultural, política y económica.</p>
<p><b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b></p>
<p>CE3 - Reconocer los nuevos procesos de emprendimiento y las estructuras organizativas y de recursos humanos de las empresas focalizadas hacia mercados globales utilizando recursos offline y online.</p>
<p>CE4 - Identificar e interpretar la normativa que regula las transacciones en el comercio electrónico.</p>
<p>CE5 - Utilizar las herramientas cualitativas y cuantitativas básicas que permiten analizar los resultados de la investigación de mercados en entornos globales.</p>



CE6 - Identificar, comprender y aplicar los principios básicos de marketing, de investigación de mercado, de publicidad y de relaciones públicas, así como las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación de productos y servicios en empresas internacionalizadas.		
CE9 - Reconocer las dificultades de gestionar personas y de interactuar con personas en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.		
CE11 - Utilizar las herramientas de análisis, planificación, ejecución y control de la estrategia en entornos globales.		
CE12 - Utilizar valores y criterios éticos en la actividad empresarial.		
CE13 - Aplicar eficazmente las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito empresarial.		
CE14 - Evaluar las estrategias de penetración en los mercados internacionales y adquirir los conocimientos asociados a las técnicas del comercio exterior.		
CE15 - Desarrollar habilidades interpersonales y comunicativas que permitan actuar eficazmente en la vida profesional, en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos.	413	100
Sesiones presenciales prácticas.	551	75
Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante.	551	20
Seminarios y tutorías.	138	100
Actividades de estudio personal.	964	0
Sesiones de evaluación de objetivos y competencias.	138	100
Prácticas externas.	0	0
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de conceptos teóricos		
Resolución de ejercicios		
Estudio y discusión de casos		
Presentación de trabajos		
Utilización de simuladores		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Examen final	10.0	25.0
Exámenes parciales	30.0	70.0
Actividades de seguimiento	20.0	40.0
Trabajos y presentaciones	15.0	50.0
Participación	0.0	10.0
<b>NIVEL 2: CULTURA DE NEGOCIOS INTERNACIONAL</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Optativa	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	36	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
36		



ECTS Semestral 10	ECTS Semestral 11	ECTS Semestral 12
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: CULTURA DE NEGOCIOS EN ASIA / BUSINESS CULTURE IN ASIA</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>LISTADO DE MENCIONES</b>		
No existen datos		
<b>NIVEL 3: CULTURA DE NEGOCIOS EN EEUU / BUSINESS CULTURE IN THE USA</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Optativa	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
6		
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>



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		
NIVEL 3: CULTURA DE NEGOCIOS EN ORIENTE MEDIO Y EN EL NORTE DE ÁFRICA Y EL GOLFO / BUSINESS CULTURE IN MIDDLE EAST AND NORTH AFRICA AND GULF		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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		
NIVEL 3: CULTURA DE NEGOCIOS EN ÁFRICA CENTRAL Y DEL SUR / BUSINESS CULTURE IN CENTRAL AND SOUTH AFRICA		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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		
NIVEL 3: CULTURA DE NEGOCIOS EN AMÉRICA LATINA / BUSINESS CULTURE IN LATIN AMERICA		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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		
NIVEL 3: CULTURA DE NEGOCIOS EN EUROPA / BUSINESS CULTURE IN EUROPE		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Optativa	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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		
5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE		
<p>Los estudiantes serán capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizarse con la forma de realizar negocios en áreas geográficas mundiales.</li> <li>• Identificar y evaluar las oportunidades y amenazas para las empresas que se derivan de los cambios en los contextos político, económico y social de un área geográfica determinada.</li> <li>• Analizar las circunstancias políticas y sociales de un país y la estabilidad de su sistema político y social, así como la forma en que los negocios internacionales se desarrollan en dicho país.</li> <li>• Conocer los principales sectores de actividad económica de un área geográfica o país, y ser capaz de identificar oportunidades derivadas de cambios en los mismos.</li> <li>• Aplicar el conocimiento sobre las diferencias culturales e institucionales para evaluar los retos y oportunidades de hacer negocios en un área geográfica determinada.</li> <li>• Entender cómo la cultura nacional puede afectar a la gestión empresarial en un país determinado.</li> <li>• Plantear el problema y las hipótesis de una investigación de mercados en un entorno geográfico determinado y aplicar las técnicas básicas de investigación de mercados.</li> <li>• Comprender las variables más importantes relacionadas con el comportamiento de los consumidores en un área geográfica determinada.</li> <li>• Elaborar un plan de marketing para un producto o servicio en un área geográfica o país, aplicando las estrategias de producto, precio, distribución y promoción y las acciones de comunicación adecuadas.</li> <li>• Identificar las prácticas de la venta personal más adecuadas en un área geográfica o país.</li> <li>• Reconocer las etapas de creación y lanzamiento de nuevos productos en un área geográfica o país.</li> <li>• Conocer los diversos canales de distribución existentes en un área geográfica o país, así como la forma de acceder a ellos.</li> <li>• Conocer las prácticas de gestión de recursos humanos en un área geográfica determinada, así como sus implicaciones para la gestión empresarial.</li> <li>• Entender cómo se desarrolla la gestión del talento y de las personas en un área geográfica determinada, con especial énfasis en la planificación de los recursos humanos y en el reclutamiento y la compensación de empleados.</li> <li>• Conocer las prácticas en operaciones, logística y transporte más adecuadas en un área geográfica determinada.</li> <li>• Formular e implementar estrategias para optimizar la gestión de las operaciones y el transporte en un área geográfica determinada.</li> <li>• Comprender cómo la legislación mercantil y laboral en un país determinado condiciona la gestión empresarial.</li> <li>• Familiarizarse con los medios de financiación de empresas disponibles en un área geográfica determinada.</li> </ul>		
5.5.1.3 CONTENIDOS		
<p><b>Materia: Cultura de Negocios Internacional (36 ECTS)</b></p> <p>Asignaturas</p> <p><b>Cultura de Negocios en Asia / Business Culture in Asia (6 ECTS, optativa)</b></p> <p><b>Cultura de Negocios en EEUU / Business Culture in the USA (6 ECTS, optativa)</b></p> <p><b>Cultura de Negocios en Oriente Medio y en el Norte de África y el Golfo / Business Culture in Middle East and North Africa and Gulf (6 ECTS, optativa)</b></p> <p><b>Cultura de Negocios en África Central y del Sur / Business Culture in Central and South Africa (6 ECTS, optativa)</b></p> <p><b>Cultura de Negocios en América Latina / Business Culture in Latin America (6 ECTS, optativa)</b></p> <p><b>Cultura de Negocios en Europa / Business Culture in Europe (6 ECTS, optativa)</b></p> <p>Contenidos comunes de las asignaturas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. General environment: politics, economy and society</li> <li>2. Business context</li> <li>3. Industrial sector analysis</li> <li>4. B2B and selling to corporations</li> <li>5. B2C and consumer behavior</li> <li>6. Supply chains</li> <li>7. Distribution channels</li> <li>8. Managing employees and teams</li> <li>9. Legal context: trade and labor</li> <li>10. Financing enterprises</li> </ol>		
5.5.1.4 OBSERVACIONES		



<b>5.5.1.5 COMPETENCIAS</b>
<b>5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES</b>
CG1 - Adquirir los conocimientos propios de las diferentes áreas de gestión empresarial que afectan al entorno de marketing de empresas y organizaciones.
CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.
CG3 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable en entornos multiculturales para conseguir un objetivo común, asumiendo el rol de liderazgo cuando le corresponda.
CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.
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
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>
CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.
CT2 - Distinguir y separar las partes de un todo hasta alcanzar a conocer sus principios y elementos, así como a integrar la información o las ideas de manera que pueda formular una visión global.
CT3 - Cuestionar y evaluar argumentos o proposiciones haciendo juicios propios.
CT4 - Comunicarse eficazmente en el/los idioma/s propio/s así como en inglés, de forma organizada, atendiendo a la actualidad y a la relevancia del contenido, así como al control de la forma, tanto en la comunicación oral (expresión corporal, voz y ritmo) como en la escritura (objetivo, estructura, conclusiones, fuentes de información, estilo, etc.).
CT5 - Proponer nuevos enfoques, buscar nuevas formas de resolver problemas y ser receptivo a las nuevas ideas.
CT6 - Identificar el entorno global de la actividad económica y social, y ser sensible en relación a otras culturas.
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>
CE1 - Identificar los factores del entorno económico global y las consecuencias de la economía digital en el que se desarrollan los mercados internacionales para interpretar cómo afectan al funcionamiento de la empresa.
CE5 - Utilizar las herramientas cualitativas y cuantitativas básicas que permiten analizar los resultados de la investigación de mercados en entornos globales.
CE6 - Identificar, comprender y aplicar los principios básicos de marketing, de investigación de mercado, de publicidad y de relaciones públicas, así como las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación de productos y servicios en empresas internacionalizadas.
CE7 - Planificar las estrategias de marketing internacional, incluyendo el análisis de los entornos globales, el diagnóstico, los objetivos y las políticas y tácticas operativas de empresas internacionalizadas.
CE8 - Identificar y delimitar las principales variables y modelos que afectan el comportamiento del consumidor en entornos off y online, con especial énfasis en las pautas de comportamiento del consumidor global.
CE9 - Reconocer las dificultades de gestionar personas y de interactuar con personas en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.
CE10 - Aplicar las técnicas de gestión de riesgos que se utilizan en los negocios internacionales.
CE12 - Utilizar valores y criterios éticos en la actividad empresarial.
CE14 - Evaluar las estrategias de penetración en los mercados internacionales y adquirir los conocimientos asociados a las técnicas del comercio exterior.



CE15 - Desarrollar habilidades interpersonales y comunicativas que permitan actuar eficazmente en la vida profesional, en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos.	146	100
Sesiones presenciales prácticas.	194	75
Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante.	194	20
Seminarios y tutorías.	49	100
Actividades de estudio personal.	340	0
Sesiones de evaluación de objetivos y competencias.	49	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de conceptos teóricos		
Resolución de ejercicios		
Estudio y discusión de casos		
Presentación de trabajos		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Examen final	10.0	30.0
Exámenes parciales	20.0	70.0
Actividades de seguimiento	10.0	40.0
Trabajos y presentaciones	10.0	60.0
Participación	0.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: MARKETING</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: DIRECCIÓN DE MARKETING</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>RAMA</b>	<b>MATERIA</b>
Mixta	Ciencias Sociales y Jurídicas	Empresa
<b>ECTS NIVEL2</b>		
<b>ECTS OPTATIVAS</b>	<b>ECTS OBLIGATORIAS</b>	<b>ECTS BÁSICAS</b>
	36	6
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6	9	9
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
18		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>



No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Básica	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	6	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: FUNDAMENTOS DE MARKETING</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
6		
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	



<b>NIVEL 3: DIRECCIÓN DE VENTAS INTERNACIONAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
	3	
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: COMERCIO INTERNACIONAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
3		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: PRECIOS Y PROMOCIÓN DE VENTAS / PRICING &amp; SALES PROMOTION</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	3	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		



<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		3
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: MARKETING GLOBAL</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
		6
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
No	No	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NIVEL 3: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS / MARKET RESEARCH</b>		
<b>5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3</b>		
<b>CARÁCTER</b>	<b>ECTS ASIGNATURA</b>	<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>
Obligatoria	6	Semestral
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
6		
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>



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	
NIVEL 3: PLANIFICACIÓN DE MARKETING		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	3	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
ECTS Semestral 1	ECTS Semestral 2	ECTS Semestral 3
ECTS Semestral 4	ECTS Semestral 5	ECTS Semestral 6
3		
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	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí
FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	
NIVEL 3: GESTIÓN INFORMACIÓN Y RELACIONES CON LOS CLIENTES		
5.5.1.1.1 Datos Básicos del Nivel 3		
CARÁCTER	ECTS ASIGNATURA	DESPLIEGUE TEMPORAL
Obligatoria	6	Semestral
DESPLIEGUE TEMPORAL		
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	Sí	No
GALLEGO	VALENCIANO	INGLÉS
No	No	Sí



FRANCÉS	ALEMÁN	PORTUGUÉS
No	No	No
ITALIANO	OTRAS	
No	No	

**5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Los estudiantes serán capaces de:

- Aprender los principios de marketing como filosofía empresarial y su papel en la economía.
- Comprender las variables más importantes relacionadas con el comportamiento de los consumidores.
- Aplicar las estrategias de producto, precio, distribución y promoción.
- Crear estrategias básicas de marketing con criterios de responsabilidad social.
- Entender los beneficios y costes derivados del comercio internacional.
- Estar familiarizados con las herramientas más importantes que utilizan las empresas en las operaciones de comercio internacional
- Identificar los factores que influyen en las decisiones de precio.
- Entender los diferentes métodos para fijar precios.
- Comprender cómo las promociones de ventas influyen en las decisiones de compra de los consumidores.
- Analizar los factores políticos, económicos y culturales que tienen influencia en las decisiones de marketing internacional.
- Realizar análisis con el fin de desarrollar objetivos y estrategias de comercialización internacional apropiados.
- Identificar las fases de la venta personal aplicada a clientes potenciales de diferentes países.
- Entender las funciones y responsabilidades de la gestión de un departamento de ventas en un contexto internacional.
- Aprender una metodología estructurada para el diseño de un plan de marketing internacional.
- Proponer acciones operacionales de producto, precio, distribución y comunicación manteniendo criterios éticos durante todo el proceso.
- Explorar y comparar las teorías centrales del comportamiento del consumidor.
- Conocer las influencias y decisiones que afectan al comportamiento del consumidor internacional
- Identificar los antecedentes a la lealtad de los consumidores online y offline.
- Identificar y aplicar las diferentes estrategias de marketing.
- Reconocer las oportunidades para entrar en los mercados internacionales.
- Reconocer las etapas de creación y lanzamiento de nuevos productos para mercados internacionales.
- Identificar y entender cómo se establecen y gestionan las relaciones y las redes empresariales.
- Adquirir el conocimiento necesario para comprender la dinámica de las actividades de publicidad y relaciones públicas y el rol que desempeñan en las empresas que están presentes en mercados internacionales.
- Identificar las diferentes etapas de las campañas de publicidad y relaciones públicas.
- Plantear el problema de la investigación y las hipótesis en la investigación de mercados en contextos internacionales.
- Aplicar las técnicas básicas de investigación de mercados en el contexto off-line y on-line.
- Identificar cómo la gestión de las relaciones con los clientes crea valor para los clientes y las empresas.
- Entender los beneficios del CRM, el contexto donde se utiliza, las tecnologías que se implementan y cómo se pueden utilizar en las empresas.
- Comprender la importancia de los servicios para la economía.
- Reconocer las diferencias en la gestión del marketing para los servicios.
- Conocer las variables complementarias para la gestión del marketing de servicios.
- Entender los modelos de gestión de la calidad de los servicios.

**5.5.1.3 CONTENIDOS**

**Materia: Dirección de Marketing (42 ECTS)**

Asignaturas y contenidos

**Publicidad y Relaciones Públicas (6 ECTS, formación básica)**

Parte I: Publicidad

1. Introducción a la publicidad
2. Planificación y proceso creativo para consumidores multi-culturales
3. Audiencias objetivo
4. Planificación de medios de comunicación para mercados internacionales

Parte II: Relaciones Públicas

1. Introducción a las RRPP
2. Proceso de las RRPP y estrategia
3. Tácticas y herramientas de RRPP para públicos internacionales

**Fundamentos de Marketing (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Fundamentos del marketing
2. Comportamiento del consumidor
3. Competencia
4. Segmentación de mercados
5. Decisiones sobre el producto
6. Decisiones sobre el precio
7. Decisiones sobre distribución
8. Decisiones sobre comunicación

**Dirección de Ventas Internacional (3 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introducción a la venta personal
2. El proceso de venta personal



3. Ética en las ventas
4. Gestión y organización de ventas en mercados internacionales
5. Planificación y previsión de ventas
6. Reclutamiento, motivación, entrenamiento y evaluación de vendedores para mercados internacionales
7. Sistemas de retribución

**Comercio Internacional (3 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introducción: beneficios del comercio internacional
2. La compañía afrontando el comercio internacional: ventajas derivadas de actividades de exportación
3. Nomenclatura aduanera y regímenes aduaneros
4. El rol de la logística y el transporte internacional
5. Soporte público institucional para actividades de exportación
6. Financiamiento de operaciones de comercio exterior y gestión de tipos de cambio
7. Métodos de pagos internacionales
8. Contratos internacionales

**Precios y Promoción de Ventas / Pricing & Sales Promotion (3 ECTS, formación obligatoria)**

Part 1: Price

1. Nature and relevance of price as a variable
2. Design and planning of a price strategy
3. Methodologies to set prices
4. Price strategies management

Part 2: Sales promotion

1. Definition and types of sales promotion
2. Design and planning of a sales promotion campaign
3. Sales promotion techniques

**Marketing Global (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introducción al marketing internacional
2. El entorno en las empresas que desarrollan sus negocios en mercados internacionales
3. Aspectos sociales y culturales en mercados internacionales
4. Investigación de mercados
5. Productos y servicios en entornos internacionales
6. Estrategias globales de distribución, precios y comunicación en mercados globales
7. e-marketing y mercados internacionales

**Investigación de Mercados / Market Research (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Conceptualización y naturaleza de la investigación de mercados
2. Técnicas de recogida de información
3. Trabajo de campo y procesamiento computacional de datos
4. Análisis estadístico e interpretación de la información
5. Aplicación de investigación de mercados en el diseño del producto y el proceso de desarrollo

**Planificación de Marketing (3 ECTS, formación obligatoria)**

1. Consideraciones previas a la implementación de un plan de marketing internacional
2. Fase preliminar
3. Contenido, síntesis y esquema del plan de marketing
4. Análisis
5. Diagnóstico
6. Objetivos
7. Estrategias
8. Planes de acciones: producto, precio, distribución y comunicación
9. Evaluación y control
10. Presupuesto

**Gestión Información y Relaciones con los Clientes (6 ECTS, formación obligatoria)**

1. Introducción a la Gestión de la Información y el CRM
2. Identificación y diferenciación de los clientes según sus necesidades
3. El valor de la gestión de los clientes
4. Gestión multicanal
5. Gestión de datos de clientes
6. Desarrollo e implementación de la estrategia de CRM

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG1 - Adquirir los conocimientos propios de las diferentes áreas de gestión empresarial que afectan al entorno de marketing de empresas y organizaciones.

CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.

CG3 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable en entornos multiculturales para conseguir un objetivo común, asumiendo el rol de liderazgo cuando le corresponda.

CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.



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		
<b>5.5.1.5.2 TRANSVERSALES</b>		
CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.		
CT2 - Distinguir y separar las partes de un todo hasta alcanzar a conocer sus principios y elementos, así como a integrar la información o las ideas de manera que pueda formular una visión global.		
CT3 - Cuestionar y evaluar argumentos o proposiciones haciendo juicios propios.		
CT4 - Comunicarse eficazmente en el/los idioma/s propio/s así como en inglés, de forma organizada, atendiendo a la actualidad y a la relevancia del contenido, así como al control de la forma, tanto en la comunicación oral (expresión corporal, voz y ritmo) como en la escritura (objetivo, estructura, conclusiones, fuentes de información, estilo, etc.).		
CT5 - Proponer nuevos enfoques, buscar nuevas formas de resolver problemas y ser receptivo a las nuevas ideas.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE1 - Identificar los factores del entorno económico global y las consecuencias de la economía digital en el que se desarrollan los mercados internacionales para interpretar cómo afectan al funcionamiento de la empresa.		
CE5 - Utilizar las herramientas cualitativas y cuantitativas básicas que permiten analizar los resultados de la investigación de mercados en entornos globales.		
CE6 - Identificar, comprender y aplicar los principios básicos de marketing, de investigación de mercado, de publicidad y de relaciones públicas, así como las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación de productos y servicios en empresas internacionalizadas.		
CE7 - Planificar las estrategias de marketing internacional, incluyendo el análisis de los entornos globales, el diagnóstico, los objetivos y las políticas y tácticas operativas de empresas internacionalizadas.		
CE8 - Identificar y delimitar las principales variables y modelos que afectan el comportamiento del consumidor en entornos off y online, con especial énfasis en las pautas de comportamiento del consumidor global.		
CE12 - Utilizar valores y criterios éticos en la actividad empresarial.		
CE13 - Aplicar eficazmente las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito empresarial.		
CE14 - Evaluar las estrategias de penetración en los mercados internacionales y adquirir los conocimientos asociados a las técnicas del comercio exterior.		
CE15 - Desarrollar habilidades interpersonales y comunicativas que permitan actuar eficazmente en la vida profesional, en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos.	170	100
Sesiones presenciales prácticas.	227	75
Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante.	227	20
Seminarios y tutorías.	57	100
Actividades de estudio personal.	397	0



Sesiones de evaluación de objetivos y competencias.	57	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de conceptos teóricos		
Resolución de ejercicios		
Estudio y discusión de casos		
Presentación de trabajos		
Utilización de simuladores		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Examen final	10.0	30.0
Exámenes parciales	20.0	40.0
Actividades de seguimiento	30.0	40.0
Trabajos y presentaciones	30.0	50.0
Participación	0.0	10.0
<b>5.5 NIVEL 1: PRÁCTICAS DE EMPRESA</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: PRÁCTICAS DE EMPRESA</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	18	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	18	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
<b>NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3</b>		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Después del período de prácticas los estudiantes deberán ser capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar responsabilidad y calidad en el trabajo.</li> <li>• Tener espíritu de colaboración y crítico.</li> <li>• Saber aceptar las normas reguladoras existentes en las empresas.</li> <li>• Tener capacidad de comunicación</li> <li>• Tener curiosidad e interés por aprender.</li> <li>• Desarrollador iniciativas para la toma de decisiones.</li> <li>• Entender el rol crítico que significa el trabajo en equipo, la flexibilidad y adaptación a las necesidades del mercado.</li> </ul>		



- Aplicar capacidad analítica en las actividades empresariales.
- Incorporar el compromiso ético en la actividad profesional.

### 5.5.1.3 CONTENIDOS

Dado el carácter específico de esta asignatura se detalla el procedimiento que debe seguir cualquier estudiante para cursar las prácticas:

- Entrevista personal con los responsables de las prácticas en IQS School of Management (IQS SM).
- Elaboración del CV por parte del/de la estudiante.
- Revisión de las ofertas publicadas en el tablón de anuncios correspondiente (Intranet).
- Envío del CV a los responsables de la bolsa indicando las empresas por las que se interesan los/as estudiantes.
- La empresa receptora de los CV, si lo considera adecuado, contactará directamente con los candidatos para iniciar la selección.
- Si el/la estudiante llega a un acuerdo con la empresa, se comunica a los responsables de las prácticas, para formalizar el convenio de colaboración Universidad-Empresa.

### 5.5.1.4 OBSERVACIONES

### 5.5.1.5 COMPETENCIAS

#### 5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES

CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.

CG3 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable en entornos multiculturales para conseguir un objetivo común, asumiendo el rol de liderazgo cuando le corresponda.

CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.

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

#### 5.5.1.5.2 TRANSVERSALES

CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.

CT4 - Comunicarse eficazmente en el/los idioma/s propio/s así como en inglés, de forma organizada, atendiendo a la actualidad y a la relevancia del contenido, así como al control de la forma, tanto en la comunicación oral (expresión corporal, voz y ritmo) como en la escritura (objetivo, estructura, conclusiones, fuentes de información, estilo, etc.).

CT6 - Identificar el entorno global de la actividad económica y social, y ser sensible en relación a otras culturas.

#### 5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS

CE1 - Identificar los factores del entorno económico global y las consecuencias de la economía digital en el que se desarrollan los mercados internacionales para interpretar cómo afectan al funcionamiento de la empresa.

CE3 - Reconocer los nuevos procesos de emprendimiento y las estructuras organizativas y de recursos humanos de las empresas focalizadas hacia mercados globales utilizando recursos offline y online.

CE5 - Utilizar las herramientas cualitativas y cuantitativas básicas que permiten analizar los resultados de la investigación de mercados en entornos globales.

CE6 - Identificar, comprender y aplicar los principios básicos de marketing, de investigación de mercado, de publicidad y de relaciones públicas, así como las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación de productos y servicios en empresas internacionalizadas.

CE7 - Planificar las estrategias de marketing internacional, incluyendo el análisis de los entornos globales, el diagnóstico, los objetivos y las políticas y tácticas operativas de empresas internacionalizadas.

CE9 - Reconocer las dificultades de gestionar personas y de interactuar con personas en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.

CE13 - Aplicar eficazmente las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito empresarial.



CE14 - Evaluar las estrategias de penetración en los mercados internacionales y adquirir los conocimientos asociados a las técnicas del comercio exterior.		
CE15 - Desarrollar habilidades interpersonales y comunicativas que permitan actuar eficazmente en la vida profesional, en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Prácticas externas.	486	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Colaboración en empresa		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MÍNIMA</b>	<b>PONDERACIÓN MÁXIMA</b>
Proyectos	50.0	50.0
Valoración de la empresa o institución	50.0	50.0
<b>5.5 NIVEL 1: TRABAJO FINAL DE GRADO (TFG)</b>		
<b>5.5.1 Datos Básicos del Nivel 1</b>		
<b>NIVEL 2: TRABAJO FINAL DE GRADO (TFG)</b>		
<b>5.5.1.1 Datos Básicos del Nivel 2</b>		
<b>CARÁCTER</b>	Obligatoria	
<b>ECTS NIVEL 2</b>	12	
<b>DESPLIEGUE TEMPORAL: Semestral</b>		
<b>ECTS Semestral 1</b>	<b>ECTS Semestral 2</b>	<b>ECTS Semestral 3</b>
<b>ECTS Semestral 4</b>	<b>ECTS Semestral 5</b>	<b>ECTS Semestral 6</b>
<b>ECTS Semestral 7</b>	<b>ECTS Semestral 8</b>	<b>ECTS Semestral 9</b>
	12	
<b>ECTS Semestral 10</b>	<b>ECTS Semestral 11</b>	<b>ECTS Semestral 12</b>
<b>LENGUAS EN LAS QUE SE IMPARTE</b>		
<b>CASTELLANO</b>	<b>CATALÁN</b>	<b>EUSKERA</b>
Sí	Sí	No
<b>GALLEGO</b>	<b>VALENCIANO</b>	<b>INGLÉS</b>
No	No	Sí
<b>FRANCÉS</b>	<b>ALEMÁN</b>	<b>PORTUGUÉS</b>
No	No	No
<b>ITALIANO</b>	<b>OTRAS</b>	
No	No	
NO CONSTAN ELEMENTOS DE NIVEL 3		
<b>5.5.1.2 RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>		
<p>Los estudiantes serán capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buscar y organizar documentación relacionada con el tema del Trabajo Final de Grado.</li> <li>• Analizar y sintetizar los datos e ideas fundamentales de la documentación identificada.</li> <li>• Aplicar la teoría y el razonamiento académico y/o práctico a un área, empresa o sector específicos.</li> <li>• Redactar el informe con el propósito, metodología, desarrollo, análisis y conclusiones.</li> <li>• Presentar el trabajo ante un tribunal.</li> </ul>		
<b>5.5.1.3 CONTENIDOS</b>		
<p>El Trabajo Final de Grado (TFG) tiene como finalidad que el estudiante aplique todos los conocimientos adquiridos durante el Grado de forma práctica. Existen dos modalidades: a) un trabajo de investigación; b) un plan de internacionalización de una empresa.</p>		



El TFG deberá estar orientado al desarrollo de las competencias asociadas al Grado con el objetivo de emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes en el ámbito de la investigación o empresarial que faciliten el desarrollo del pensamiento crítico, lógico y creativo.

En el TFG se requerirá que el estudiante sea capaz de realizar el correspondiente informe escrito sobre el trabajo desarrollado, presentarlo de manera oral y realizar la defensa del mismo ante el tribunal que se determine.

El TFG puede ser un trabajo de carácter empírico o práctico de carácter profesional. El detalle de los contenidos de estas dos modalidades es el siguiente:

1. Modalidad trabajo de investigación:

- Primera hoja, suministrada por la Secretaría General de IQS según formato estandarizado.
- Agradecimientos, si el estudiante lo considera oportuno
- Sumario/Abstract
- Índice temático, de tablas y de figuras
- Introducción, que incluirá los objetivos, la motivación, el estado de la cuestión, las preguntas de investigación y los objetivos, así como la estructura del trabajo presentado
- El marco teórico con la definición de los apartados teóricos que dan cuerpo a la investigación
- El modelo de investigación y las hipótesis
- La metodología utilizada
- El análisis de los resultados
- La discusión de los hallazgos más significativos comparados con la literatura anterior
- Las conclusiones
- La bibliografía debidamente referenciada en formato APA
- Los anexos que se consideren oportunos

1. Modalidad plan de internacionalización de una empresa:

- Primera hoja, suministrada por la Secretaría General de IQS según formato estandarizado
- Agradecimientos, si el estudiante lo considera oportuno
- Resumen ejecutivo
- Índice temático, de tablas y de figuras
- Introducción, que incluirá los objetivos, la motivación, la metodología y la estructura del trabajo presentado
- El cuerpo del trabajo, estructurado en los capítulos correspondientes
- Las conclusiones del trabajo
- La bibliografía debidamente referenciada en formato APA
- Los anexos que se consideren oportunos

**5.5.1.4 OBSERVACIONES**

**5.5.1.5 COMPETENCIAS**

**5.5.1.5.1 BÁSICAS Y GENERALES**

CG2 - Aplicar los conocimientos adquiridos a situaciones prácticas.

CG3 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable en entornos multiculturales para conseguir un objetivo común, asumiendo el rol de liderazgo cuando le corresponda.

CG4 - Desarrollar habilidades para la búsqueda de información, el trabajo autónomo y la toma de decisiones.

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

**5.5.1.5.2 TRANSVERSALES**

CT1 - Analizar las diferentes opciones éticas, antes de realizar una elección empresarial, teniendo en cuenta los retos de sostenibilidad y los derechos humanos, y argumentando racionalmente la decisión.

CT2 - Distinguir y separar las partes de un todo hasta alcanzar a conocer sus principios y elementos, así como a integrar la información o las ideas de manera que pueda formular una visión global.

CT3 - Cuestionar y evaluar argumentos o proposiciones haciendo juicios propios.



CT4 - Comunicarse eficazmente en el/los idioma/s propio/s así como en inglés, de forma organizada, atendiendo a la actualidad y a la relevancia del contenido, así como al control de la forma, tanto en la comunicación oral (expresión corporal, voz y ritmo) como en la escritura (objetivo, estructura, conclusiones, fuentes de información, estilo, etc.).		
CT5 - Proponer nuevos enfoques, buscar nuevas formas de resolver problemas y ser receptivo a las nuevas ideas.		
CT6 - Identificar el entorno global de la actividad económica y social, y ser sensible en relación a otras culturas.		
CT8 - Trabajar con un grupo de personas de forma eficaz, participativa y responsable para alcanzar un objetivo común.		
<b>5.5.1.5.3 ESPECÍFICAS</b>		
CE2 - Evaluar los resultados económicos y financieros de las empresas para identificar las posibilidades de penetración en nuevos mercados, nacionales e internacionales.		
CE1 - Identificar los factores del entorno económico global y las consecuencias de la economía digital en el que se desarrollan los mercados internacionales para interpretar cómo afectan al funcionamiento de la empresa.		
CE3 - Reconocer los nuevos procesos de emprendimiento y las estructuras organizativas y de recursos humanos de las empresas focalizadas hacia mercados globales utilizando recursos offline y online.		
CE4 - Identificar e interpretar la normativa que regula las transacciones en el comercio electrónico.		
CE5 - Utilizar las herramientas cualitativas y cuantitativas básicas que permiten analizar los resultados de la investigación de mercados en entornos globales.		
CE6 - Identificar, comprender y aplicar los principios básicos de marketing, de investigación de mercado, de publicidad y de relaciones públicas, así como las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación de productos y servicios en empresas internacionalizadas.		
CE7 - Planificar las estrategias de marketing internacional, incluyendo el análisis de los entornos globales, el diagnóstico, los objetivos y las políticas y tácticas operativas de empresas internacionalizadas.		
CE8 - Identificar y delimitar las principales variables y modelos que afectan el comportamiento del consumidor en entornos off y online, con especial énfasis en las pautas de comportamiento del consumidor global.		
CE9 - Reconocer las dificultades de gestionar personas y de interactuar con personas en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.		
CE10 - Aplicar las técnicas de gestión de riesgos que se utilizan en los negocios internacionales.		
CE11 - Utilizar las herramientas de análisis, planificación, ejecución y control de la estrategia en entornos globales.		
CE12 - Utilizar valores y criterios éticos en la actividad empresarial.		
CE13 - Aplicar eficazmente las tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito empresarial.		
CE14 - Evaluar las estrategias de penetración en los mercados internacionales y adquirir los conocimientos asociados a las técnicas del comercio exterior.		
CE15 - Desarrollar habilidades interpersonales y comunicativas que permitan actuar eficazmente en la vida profesional, en contextos internacionales en los que existe una gran heterogeneidad multicultural.		
<b>5.5.1.6 ACTIVIDADES FORMATIVAS</b>		
<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Sesiones presenciales de exposición de conceptos y procedimientos.	23	100
Sesiones presenciales prácticas.	16	75
Elaboración y presentación de trabajos por parte del estudiante.	246	0
Seminarios y tutorías.	32	100
Actividades de estudio personal.	0	0
Sesiones de evaluación de objetivos y competencias.	6	100
<b>5.5.1.7 METODOLOGÍAS DOCENTES</b>		
Exposición de conceptos teóricos		
Presentación de trabajos		
<b>5.5.1.8 SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>		



SISTEMA DE EVALUACIÓN	PONDERACIÓN MÍNIMA	PONDERACIÓN MÁXIMA
Actividades de seguimiento	10.0	10.0
Trabajos y presentaciones	20.0	20.0
Proyectos	70.0	70.0



## 6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1 PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS				
Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
Universidad Ramón Llull	Profesor Titular	12	100	22
Universidad Ramón Llull	Profesor Asociado (incluye profesor asociado de C.C.: de Salud)	35	22	22
Universidad Ramón Llull	Profesor Contratado Doctor	38	100	37
Universidad Ramón Llull	Catedrático de Universidad	15	100	19
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	12	80
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>En el marco de cada asignatura, el profesor responsable se encarga de aplicar los sistemas de evaluación óptimos para asegurar y mejorar el aprendizaje de los estudiantes. Estos sistemas se encuentran especificados en las guías docentes de cada asignatura: pruebas de evaluación continuada, actividades realizadas en clase entre las que destacan ejercicios y discusión de casos, trabajos y presentaciones, proyectos y pruebas finales.</p> <p>La materia de Prácticas en Empresa incluye la evaluación por parte de la empresa. Ésta se formaliza con un cuestionario que deben cumplimentar los responsables de la empresa valorando el desarrollo de los estudiantes en diferentes competencias.</p> <p>También es importante resaltar que el Trabajo Final de Grado (TFG) es una herramienta valiosa para poder evaluar la adquisición de competencias por parte de los estudiantes, cuando alcanzan el último curso del plan de estudios. La responsabilidad y organización del TFG, igual que en el resto de Grados impartidos en IQS School of Management, estará a cargo de un profesor con dedicación a tiempo completo a IQS. El desarrollo del trabajo será tutelado por un/a profesor/a o profesional externo que supervisa la confección del proyecto hasta su conclusión. Además, el tribunal que valorará la presentación y defensa de los TFG;s cuenta con la participación de un profesional externo (que no puede coincidir con el que ha actuado como tutor del proyecto) de forma que se cuenta con una valoración externa de los objetivos alcanzados.</p> <p>Para valorar los resultados académicos el profesorado dispone de un resumen porcentual de calificaciones para cada asignatura y convocatoria obtenido directamente de la aplicación de gestión académica SIGMA. Por otro lado, la participación del profesorado de IQS en el programa DOCENTIA exige al profesorado cada tres años revisar los resultados clasificados en cuatro dimensiones: Planificación, Desarrollo, Resultados, y Actualización e Innovación. Actualmente, la trayectoria académica de cada profesor, correspondiente a los tres años (que permite la comparación y valoración de resultados por asignatura y convocatoria) se obtiene de forma automatizada a partir de la misma aplicación SIGMA.</p> <p>Respecto a las competencias transversales se aplicará el modelo implementado en IQS School of Management des del curso 2003-2004 y aplicado a todos sus estudios oficiales (Grado y Master). Para ello se dispone de un programa de <i>assessment</i>, en el que pada cada asignatura y curso académico, el profesorado presenta un informe anual sobre los resultados obtenidos por los estudiantes de forma agrupada. Para la evaluación de las competencias transversales, el profesorado utiliza una herramienta establecida a tal efecto, que permite valorar el desarrollo de la competencia transversal de forma independiente de la nota académica obtenida por cada uno. Al concluir un curso académico, se realizan reuniones por competencia en las que se valoran los resultados presentados y se establecen, si procede, medidas de mejora.</p>		



Así pues, la información sobre el desarrollo y logro de los estudiantes se realiza a través de dos tipos de instrumentos:

1. Instrumentos directos aplicados durante el proceso de aprendizaje. A través de ellos los estudiantes demuestran sus conocimientos y habilidades durante el proceso de aprendizaje y permiten que el profesor tenga un conocimiento del desarrollo y logro de los estudiantes. Son instrumentos integrados plenamente en la dinámica del desarrollo de las asignaturas.
2. Instrumentos indirectos (descritos en (MSGIQ-IQS-D6/01) que reflejan cómo es percibido ese aprendizaje por diferentes stakeholders o los propios estudiantes. Incluyen diferentes tipos de encuestas diseñadas principalmente para poder tener información valiosa de los logros de los estudiantes, como son:
  - Encuesta a estudiantes de todos los cursos de Grado y Master para valorar al profesorado en su función docente (DOCENTIA)
  - Encuesta a estudiantes último año del programa.
  - Encuesta a graduados recientes.
  - Encuesta de inserción laboral
  - Encuesta a empleadores

La combinación mixta de instrumentos directos e indirectos que recogen evidencias del proceso de aprendizaje enriquece el proceso de recogida de información para la valoración del progreso y los resultados de aprendizaje del alumno. Los instrumentos directos aplicados en clase permiten mejorar la formación de los estudiantes, sobre los que se está realizando la evaluación. Por su parte, los instrumentos indirectos, como encuestas a graduados, empleadores o estudiantes, son excelentes indicadores que reflejan el grado en el que los estudiantes han logrado el ejercicio satisfactorio de los objetivos educativos, cosa que permitirá mejorar el proceso de aprendizaje para siguientes cursos.

## 9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

ENLACE	<a href="https://www.iqs.edu/es/conoce-iqs/sistema-de-garant%3%ada-de-calidad">https://www.iqs.edu/es/conoce-iqs/sistema-de-garant%3%ada-de-calidad</a>
--------	---

## 10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

<b>10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN</b>	
CURSO DE INICIO	2021
Ver Apartado 10: Anexo 1.	
<b>10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN</b>	
Al tratarse de una nueva titulación no cabe un proceso de adaptación de titulados de otras titulaciones anteriores.	
<b>10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN</b>	
CÓDIGO	ESTUDIO - CENTRO

## 11. PERSONAS ASOCIADAS A LA SOLICITUD

<b>11.1 RESPONSABLE DEL TÍTULO</b>			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
36928046M	Carlos	Moslars	García
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Via Augusta, 390	08017	Barcelona	Barcelona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
decade@iqs.url.edu	669466638	932672032	Decano
<b>11.2 REPRESENTANTE LEGAL</b>			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
77783978W	José María	Garrell	Guiu
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Carrer Claravall, 1-3	08022	Barcelona	Barcelona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO
vicerektorat.docencia@url.edu	691272138	936022249	Rector
<b>11.3 SOLICITANTE</b>			
El responsable del título no es el solicitante			
NIF	NOMBRE	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO
37327763M	Anna	Cervera	Vila
DOMICILIO	CÓDIGO POSTAL	PROVINCIA	MUNICIPIO
Carrer Claravall, 1-3	08022	Barcelona	Barcelona
EMAIL	MÓVIL	FAX	CARGO



vicerektorat.docencia@url.edu	691272138	936022249	Responsable del área de vicerectorado de política académica
-------------------------------	-----------	-----------	---



## Apartado 2: Anexo 1

Nombre :2. Justificación.pdf

HASH SHA1 :0D8055206672BB7D3CE5AEE110E3E2AF782B93AD

Código CSV :403031516662892512158514

Ver Fichero: 2. Justificación.pdf



#### **Apartado 4: Anexo 1**

**Nombre** :4.1 Sistemas de información previa.pdf

**HASH SHA1** :852BE3B8EAAE060C57A653C9DD6CC5C3304FB13A

**Código CSV** :379334184984004213930500

**Ver Fichero**: 4.1 Sistemas de información previa.pdf



## Apartado 5: Anexo 1

Nombre :5. Planificación de las enseñanzas.pdf

HASH SHA1 :EC1802D93631C50E72B7351EA3BF3B5F4ED67CDC

Código CSV :403031716653759119369953

Ver Fichero: 5. Planificación de las enseñanzas.pdf



## Apartado 6: Anexo 1

Nombre :6.1 Personal académico. Profesorado.pdf

HASH SHA1 :62AE76275A552195328D2C278CDA48F2B26F29CA

Código CSV :403031948086873430856987

Ver Fichero: 6.1 Personal académico. Profesorado.pdf



## Apartado 6: Anexo 2

Nombre :6.2 Otros Recursos Humanos.pdf

HASH SHA1 :65BBB64A694299D1458E3E6E65326FB8787E44AA

Código CSV :380779428675319822136292

Ver Fichero: 6.2 Otros Recursos Humanos.pdf



## Apartado 7: Anexo 1

Nombre :7. Recursos Materiales y Servicios.pdf

HASH SHA1 :7FB870E7D04219847BA2CE426EE3FA77917A2631

Código CSV :379334337376499124458228

Ver Fichero: 7. Recursos Materiales y Servicios.pdf



## Apartado 8: Anexo 1

Nombre :8. Resultados previstos.pdf

HASH SHA1 :5DD99F0A4EDB7AACC074C537F327A6CE681682F1

Código CSV :379334343923752851509656

Ver Fichero: 8. Resultados previstos.pdf



## Apartado 10: Anexo 1

Nombre :10. Calendario de implantación.pdf

HASH SHA1 :14AFCA962761EC4397C5B65AD29A27AC7F3C01D6

Código CSV :379334381402314571571281

Ver Fichero: 10. Calendario de implantación.pdf



