

Memoria para la solicitud de verificación de títulos oficiales

Universidad: Universitat Pompeu Fabra

**Título: Máster Universitario en Ciencias
Empresariales (Master of Sciences in
Management).**

Curso de implantación: 2011/2012

SUMARIO

1.	Descripción del título	3
2.	Justificación	5
3.	Objetivos	10
4.	Acceso y admisión de estudiantes	12
5.	Planificación de las enseñanzas	24
6.	Personal académico	48
7.	Recursos materiales y servicios	56
8.	Resultados previstos	65
9.	Sistema de garantía de la calidad	70
10.	Calendario de implantación	71
11.	Anexo 1. Guía docente del Trabajo Fin de Máster	72

1. Descripción del título

1.1. Denominación.

Nombre del título: Máster Universitario en Ciencias Empresariales

1.2. Universidad Solicitante y Centro, Departamento o Instituto responsable del programa.

IDEC Escuela de Estudios Superiores (Centro adscrito a la Universidad Pompeu Fabra).

1.3. Tipo de enseñanza.

Presencial.

Se usarán las tecnologías de la información y la comunicación como material de apoyo y complementario a la docencia presencial (intranet, páginas Web, escritura colaborativa, etc.).

Organización temporal: El calendario del curso se adecuará al sistema trimestral.

1.4. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas (estimación para los primeros 4 años).

40 participantes por año (160 participantes para los 4 primeros años).

1.5. Número de créditos y requisitos de matriculación.

Número de créditos del título: 60 ECTS

Número mínimo de créditos europeos de matrícula por estudiante y periodo lectivo y, en su caso, normas de permanencia:

Los estudiantes de nuevo acceso deberán matricularse del total de créditos ECTS de los que consta el máster (60). Para continuar los mismos estudios, los estudiantes tendrán que haber superado, como mínimo, el 50% de los créditos correspondientes a las materias de que se hayan matriculado en el primer curso del máster. El Máster podrá cursarse a tiempo parcial durante un período máximo de tres años previo acuerdo de los órganos responsables de la Universidad. Para ello el alumno deberá matricular al menos 30 ECTS el primer año.

Los estudiantes que, de conformidad con el que establece esta normativa, no hayan perdido el derecho de continuar sus estudios, disponen de dos convocatorias de examen por asignatura. Se aplicará la resolución de dos convocatorias de examen por materia, con la posibilidad de una tercera convocatoria de examen extraordinaria, de acuerdo con la Normativa de permanencia de los estudiantes en los estudios de máster oficial de postgrado, según el Acuerdo del Consejo Social de 25 de mayo de 2006, modificado por acuerdo del Consejo Social de 13 de mayo de 2008, de la UPF.

Los estudiantes que tengan que abandonar los estudios porque han agotado las dos convocatorias de examen pueden solicitar una tercera convocatoria de examen extraordinaria. Para hacerlo es necesario que dirijan al rector una solicitud en este sentido, en la cual tienen que adjuntar la justificación documental de los motivos en que fundamenten su solicitud, en el plazo de quince días desde que se publiquen las evaluaciones definitivas.

Necesidades educativas especiales: Tanto en el supuesto de dedicación parcial

como en el de dedicación a tiempo completo, la Universitat Pompeu Fabra tiene prevista la adaptación curricular de los estudiantes con necesidades educativas especiales, en aquellas situaciones de un grado de discapacidad igual o superior al 33%. Las características de la adaptación son las siguientes:

- La adaptación curricular no superará el 15% del número total de créditos de la titulación.
- Las adaptaciones curriculares mantendrán competencias y contenidos equiparables a las no cursadas.
- El estudiante deberá superar la totalidad del número de créditos previstos para la obtención del título. Cada adaptación será propuesta por la Comisión responsable de cada estudio atendiendo a las situaciones específicas de los estudiantes. La aprobación corresponderá a un órgano central de la Universidad.

Cada adaptación será propuesta por la Comisión responsable de cada estudio atendiendo a las situaciones específicas de los estudiantes. La aprobación corresponderá a un órgano central de la Universidad.

Requisitos de matriculación:

Licenciados y graduados superiores con título propio de universidad.

Se adjunta a continuación link donde se puede consultar la normativa de permanencia de la UPF a la que se adhiere el IDEC Escuela de Estudios Superiores:

<http://www.upf.edu/universitat/normativa/upf/normativa/postgrau/permanencia.html>

1.6. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al Título de acuerdo con la normativa vigente.

El título forma parte de la rama de Ciencias Sociales. La orientación será académica. Está otorgado por la Universitat Pompeu Fabra, una institución pública. El Máster está organizado por el IDEC Escuela de Estudios Superiores, centro adscrito a la Universitat Pompeu Fabra.

El Máster Universitario en Ciencias Empresariales (Máster of Sciences in Management) prepara a sus estudiantes para trabajar en muchos ámbitos, pero sobretudo en el ámbito empresarial en donde se necesitan trabajadores con altos conocimientos técnicos y una capacidad desarrollada para poder tomar decisiones estratégicas y tácticas complejas.

Rama: Ciencias Sociales y Jurídicas

Profesiones para las que capacita una vez obtenido el título: La presente propuesta no capacita para ninguna profesión regulada por ley

Lengua (s) utilizadas a lo largo del proceso formativo: El Máster se imparte en inglés (100%).

La institución incluirá, en el momento de expedir el título, la información que aparece en el Anexo I del RD 1044/2003, de 1 de agosto.

2. Justificación

2.1. Justificación del título propuesto, argumentando el interés académico, científico o profesional del mismo.

El *Máster Universitario en Ciencias Empresariales (Master of Science in Management)* es un programa de interés académico del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra y del IDEC Escuela de Estudios Superiores, centro adscrito a la UPF. El cuerpo docente está formado por profesores permanentes o en vías de permanencia que provienen del departamento de economía y empresa de la UPF. En la actualidad, está formado por 98 Profesores a tiempo completo, 70% de los cuales tienen un doctorado obtenido fuera del estado español. El máster se viene ofreciendo desde 1994 junto con el máster en economía y finanzas del Departamento de economía y empresa de la UPF. Todos los profesores del máster son profesores doctores a tiempo completo.

El perfil de los estudiantes de máster del Dpto. de Economía y Empresa de la UPF es muy internacional. En el presente curso hay 126 estudiantes de posgrado matriculados de hasta 30 nacionalidades diferentes. El 81% son estudiantes procedentes de fuera de España, principalmente de Italia, Alemania, Turquía, Brasil, Perú y los Estados Unidos.

El referente de interés científico del máster es el programa de doctorado en Economía, Finanzas y Empresa del Departamento de Economía y Empresa de la UPF, altamente reconocido y con una presencia internacional muy elevada.

Las últimas décadas han sido testigo de una demanda creciente de profesionales con estudios en ciencias empresariales. El motivo principal para esa demanda es que el valor y la utilidad de las herramientas para la toma de decisiones y modelos económicos y de gestión se ha estabilizado en nuestras sociedades, un hecho que hace que más instituciones privadas y públicas busquen profesionales con estas habilidades.

La demanda creciente de profesionales con estudios en gestión y administración de empresas es particularmente alta a nivel de máster. Los programas de estudios de grado (Bachelor) ya no están lo suficientemente considerados como para formar profesionales capaces de tratar con temas de gestión y de toma de decisiones cada vez más complejos. Por lo tanto, muchos estudiantes de grado seguirán con sus estudios de máster, y después o entraran en el mercado laboral o estudiarán a nivel de doctorado.

Nuestro programa de máster aspira a satisfacer esa demanda. El objetivo principal es el de dar a los estudiantes las herramientas necesarias para empezar un análisis independiente de cuestiones en entornos empresariales. Para conseguirlo, el programa está estructurado en dos módulos.

En primer lugar, los estudiantes adquieren formación fundamental en métodos cuantitativos (estadística y matemáticas) con el objetivo de proporcionarles las herramientas necesarias para analizar datos de manera que puedan tomar decisiones informadas. Está claro que a nivel gerencial, en cualquier organización es clave poseer la habilidad de analizar y tomar decisiones críticas basadas en datos empíricos, más que confiar en interpretaciones presupuestas. También se ofrece en este primer modulo las asignaturas fundamentales de teoría de la decisión.

El programa de máster permite posteriormente al estudiante especializarse en función de su área de interés. Actualmente se ofrecen cuatro grandes áreas: marketing, estrategia y comportamiento, operaciones y economía de la empresa. De todos modos, ello no le aleja de la aproximación técnica mostrada al principio. Los estudiantes deberán en todo momento cuestionar y analizar las diferentes áreas de la empresa estudiadas. La estructura ha sido desarrollada en base a la larga experiencia del Departamento de Economía y Empresa en estudios de postgrado. El máster lleva más de 15 años impartándose en el Departamento de Economía y Empresa de la UPF

En muchos estados, este programa pretende diferenciarse a si mismo del contenido y la

aproximación a la empresa de un típico programa de MBA. Mientras que naturalmente hay puntos de contacto, la aproximación técnica, el uso avanzado del análisis estadístico y matemático y el enfoque no solo en soluciones aplicadas, sino en una comprensión académica de los datos y las cuestiones implicados en la gestión exitosa de las compañías y organizaciones modernas.

Para asegurar un programa de calidad, nuestro máster tiene una orientación internacional tanto en el origen de los estudiantes como en el de los profesores. Este modelo se basa en la experiencia de la UPF, pero también en los modelos de educación de postgrado del Master of Science in Management de la Oxford University o el Master of Philosophy in Management de Cambridge University y de la London School of Economics. Nuestro enfoque internacional también ayuda a nuestros estudiantes locales a trabajar en un ámbito de alta competitividad internacional, una capacidad imprescindible para operar en el sector público o privado en un mundo cada vez más integrado.

A continuación se aporta información sobre las líneas de investigación asociadas al ámbito disciplinar del máster.

Actualmente todos los profesores implicados en la docencia del máster pertenecen a grupos consolidados de investigación en management y también están integrados en varias ayudas competitivas a la investigación tanto nacionales (plan nacional del Ministerio) como europeas (Programa VII). Los profesores que se detallan a continuación son Investigadores Principales (IPs) de los proyectos siguientes:

Proyectos Europeos

ARRUÑADA SÁNCHEZ, Benito (European Commission)
» Reflexive Governance in the Public Interest.

GARCÍA-FONTES, Walter (European Commission)
» Dynamic of Institutions and Markets in Europe.

Proyectos del Plan Nacional

ARRUÑADA SÁNCHEZ, Benito
>>Medida de las Instituciones y Organizaciones. (*Measuring Institutions and Organizations.*)

BAUCELLS ALIBES, MANEL
>>El papel del tiempo en la toma de decisiones: aprendizaje y expectativas.
(The role of time in decision making: learning and expectations.)

HOGARTH, Robin
>>Nuevos paradigmas de investigación sobre la toma de decisiones
(New paradigms for decision research)

SERRA DE LA FIGUERA, Daniel
>>Métodos cuantitativos en entornos productivos y logísticos. (*Quantitative methods in logistic and production environments.*)

Todos los otros profesores pertenecen a un o más grupos de investigación del plan Nacional. Por otro lado, actualmente se están dirigiendo 15 tesis doctorales por los profesores del Master señalados en la tabla.

El Máster Universitario en Ciencias Empresariales ha sido desarrollado con la intención de ofrecer una formación de alto nivel, y muy rigurosa, en los campos de la gestión y administración de empresas. Dicha formación, debe permitir a los estudiantes el acceso a los programas de doctorado de las mejores universidades internacionales y también a la inserción en el mercado laboral en áreas que necesiten herramientas avanzadas para la toma de decisiones en entornos empresariales.

El Máster tiene como inspiración el modelo anglo-sajón de másteres en el sentido de que tiene

el rigor suficiente para permitir a sus graduados el continuar su formación en campos de la economía y de la gestión de empresas, pero al mismo tiempo, dominar las herramientas necesarias para satisfacer las demandas del mercado laboral.

La oferta docente es lo suficientemente amplia como para permitir a los estudiantes diseñar un plan de estudios en diferentes áreas: en operaciones, en marketing, en comportamiento organizativo o estrategia.

Independientemente del clima económico, siempre ha habido una demanda de graduados altamente cualificados tanto a nivel de máster como de doctorado en los campos de la gestión y administración de empresas.

Como se mencionó anteriormente, este máster viene impartándose desde 1994 en el Departamento de Economía y Empresa de la UPF desde 1994. Durante el periodo 1994-2007 se impartía junto con el máster de economía de finanzas del mismo departamento bajo un único título (Máster en Economía, Finanzas y Empresa con tres especialidades. A partir del curso 2007-2008 se dividió el máster en tres: Economía, Finanzas y Empresa. A continuación se detallan los alumnos matriculados en el máster de Empresa, llamado ahora Máster Universitario en Ciencias Empresariales:

2007-2008	19 alumnos
2008-2009	12 alumnos
2009-2010	23 alumnos
2010-2011	20 alumnos

La mayoría de los estudiantes graduados continuaron su educación realizando un doctorado en Management. Actualmente 15 de ellos están realizando el doctorado en el programa de Doctorado en Economía, Finanzas y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra.

Centro de impartición

En el contexto de consolidación del Espacio Europeo de Educación Superior, el Patronato de la Fundación Instituto de Educación Continua (Fundación IDEC), acordó la creación de IDEC Escuela de Estudios Superiores. Con la publicación en el DOGC 5813 (8.2.2011) de la Orden ECO/12/2011, se autoriza la adscripción de IDEC Escuela de Estudios Superiores como centro adscrito a la Universidad Pompeu Fabra.

IDEC Escuela de Estudios Superiores es el centro adscrito a la Universidad Pompeu Fabra, en el que se va a llevar a cabo la docencia de este Máster.

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

El Máster Universitario en Ciencias Empresariales ofrecerá una formación más profunda y técnica que la que pueda ofrecer un MBA. Este título tiene una equivalencia muy cercana con otros másteres en empresa que se ofrecen en el contexto internacional, como por ejemplo el Master of Science in Management de la Oxford University <http://www.ox.ac.uk/> o el Master of Philosophy in Management de Cambridge University <http://www.cam.ac.uk/> y London School of Economics. <http://www.lse.ac.uk/>.

Oxford, Cambridge y LSE son líderes en las áreas científicas y en el avance sobre el conocimiento. Recientemente, las tres han iniciado másteres en empresa (Said Business School, Judge Business School y LSE) con objetivos similares a los nuestros--- preparar a profesionales altamente cualificados que conviertan a nuestras compañías en competitivas y bien gestionadas dentro de un marco de economía global.

Otros programas similares al Máster en Empresa presentado son los siguientes:

[University of Mannheim's Master in Management Program](http://www.bwl.uni-mannheim.de/en/study_programs/mmm/) http://www.bwl.uni-mannheim.de/en/study_programs/mmm/

[Cass Business School's Master in Management Program](http://www.cass.city.ac.uk/) <http://www.cass.city.ac.uk/>

[HEC Paris's Master in Management](http://www.hec.edu/) <http://www.hec.edu/>

[HEC Montréal's Master in Management Program](http://www.hec.ca) <http://www.hec.ca>

[ESCP Europe's Master in Management Program](http://www.escpeurope.eu/) <http://www.escpeurope.eu/>

[London School of Economics's Master in Management and Strategy programme](http://www.lse.ac.uk) (antes MSc Management). <http://www.lse.ac.uk>

[Stockholm School of Economics's Master](http://www.hhs.se) <http://www.hhs.se>

[EDHEC Business School's Master in Management](http://www.edhec.edu/) <http://www.edhec.edu/>

Su propósito tiene dos vertientes:

- Preparar a los estudiantes con una amplia comprensión de los últimos conocimientos en investigación y docencia.
- Dotar a los jóvenes profesionales con el sentido empresarial necesario para tener éxito en el mundo profesional moderno.

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

La dirección del Departamento de Economía i Empresa de la UPF detectó en primer lugar la necesidad de alterar el formato del postgrado basándose en dos elementos; el feedback de varias promociones de estudiantes que señalaban sus diferentes necesidades, y también como parte de una reconsideración de las implicaciones estratégicas del proceso de Bolonia dados los diferentes tipos de formación ofrecidos en los países Bolonia (e internacionalmente) y la necesidad de ofrecer un modelo de formación que asegure la continuidad de la alta calidad académica ofrecida por el Departamento.

Una vez detectada esa necesidad, se hizo una propuesta a la comisión del Programa Oficial de Postgrado del Departamento en Economía y Empresa, que llevó el proceso de consulta a un nivel más amplio incluyendo tanto a estudiantes como a docentes. Este proceso de

consulta llevó naturalmente a modificaciones en la propuesta antes de su evaluación por parte de los sistemas de seguro de la calidad de la universidad.

El plan de estudios ha sido elaborado por Daniel Serra de La Figuera, catedrático de Organización de Empresas y director del programa, con la colaboración directa de los siguientes académicos:

Robin Hogarth, Investigador Sénior ICREA, experto en ciencias del comportamiento y director del programa de doctorado en economía, finanzas y empresa de la UPF.

Kalyan Talluri, Catedrático de Organización de Empresas, exdirector del máster y experto en dirección de operaciones

Jose Garcia –Montalvo, Catedrático de economía, y director del Depto. de Economía y Empresa de la UPF

En la evaluación del plan de estudios, se ha recibido el asesoramiento del consejo de estudios del IDEC-UPF, órgano que aprueba los programas de post-grado. Este organismo está compuesto por los siguientes miembros:

- Salvador Alsius, Director de los Estudios de Periodismo de la UPF
- Jordi Arqués, Socio del Departamento Fiscal de Cuatrecasas, Gonçalves Pereira
- Josep Eladi Baños, Vicerrector de Docencia y Ordenación Académica de la UPF
- Carles Castells, Presidente de la Comisión Académica del Consejo Social de la UPF
- Jaume Ferrús, Director General de Canal Satélite Digital de la Productora Audiovisual Mediapro
- Josep Garriga, Asesor de Empresas, Representante de Telefónica en el Patronato de l'IDEC (1997-2004)
- Guillem López Casasnovas, Catedrático de Economía Aplicada de la UPF y Consejero del Banco de España
- Ferran Mascarell, Director de la División de Audiovisuales de RBA y ex-Consejero de Cultura de la Generalitat de Catalunya
- María Morrás, Delegada del Rector para la Internacionalización del Doctorado de la UPF
- Ramón Paredes, Vicepresidente Ejecutivo de Recursos Humanos de SEAT
- Josep Reixach, Representante del BBVA en el Patronato del IDEC (1999-2009)
- Josep M^a Vilajosana, Catedrático del Departamento de Derecho de la UPF

3. Objetivos

3.1. Competencias a adquirir por el estudiante

Preparar a los estudiantes con un nivel avanzado de conocimientos para que puedan desarrollar con éxito una carrera investigadora y profesional, bien en las mejores instituciones académicas o centros de investigación, bien en instituciones económicas internacionales, consultoras, instituciones financieras, empresas, etc. que necesiten personal creativo altamente cualificado. El programa se centra en dar conocimientos transversales de la gestión empresarial en entornos complejos y así poder tomar las decisiones oportunas. Así mismo, se estimula a los estudiantes para que persigan sus propios objetivos de investigación desde el momento en que son admitidos al programa.

A su vez, el programa enfatiza el aprendizaje de cualidades complementarias que son importantes en la carrera investigadora y profesional.

3.2. Competencias generales y específicas

Competencias Básicas
CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias Específicas
E1. Definir las materias funcionales análisis de gestión en empresa, más específicamente en estrategia, finanzas, operaciones y marketing.
E2. Planificar las herramientas instrumentales de análisis cuantitativo de estadística y matemáticas necesarias para la investigación en el ámbito de la empresa.
E3. Aplicar técnicas para solucionar problemas relacionados con la gestión mediante el uso de analítica e investigación.
E4. Adquirir las habilidades para el diseño y posible implementación de modelos de resolución de problemas en las ciencias sociales relacionadas con el contenido del máster.

E5. Incorporar en el análisis de situaciones de gestión los diferentes modelos de organización de las empresas.

E6. Adquirir de forma avanzada el conocimiento y comprensión del funcionamiento de las áreas funcionales de una empresa: producción, operaciones y logística, finanzas y contabilidad, marketing.

E7. Integrar investigaciones científicas relevantes y de actualidad tanto al conocimiento teórico como a la práctica empresarial.

E8. Aplicar las técnicas y teorías adquiridas durante el Máster para aproximarse a los problemas en las áreas del análisis y práctica del mundo empresarial.

E9. Implementar técnicas de análisis en temas de management orientadas a la realización de un Trabajo Final de Máster.

4. Acceso y admisión de estudiantes

4.1. Sistemas de información previa a la matriculación y procedimientos accesibles de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso para facilitar su incorporación a la universidad y la titulación.

La información generada por la Universidad y el IDEC Escuela de Estudios Superiores, y las actividades de orientación para la incorporación de los estudiantes a las actividades que en el grupo se imparten, se dirigen a los estudiantes y a su entorno personal y educativo más inmediato.

La Universidad Pompeu Fabra, así como el IDEC Escuela de Estudios Superiores, dispone de un Programa de Captación de Futuros Estudiantes, que pretende, a través del diseño y ejecución de actuaciones y actividades de promoción dirigidas a estudiantes que han finalizado sus estudios de grado, cubrir las plazas ofertadas para los próximos cursos académicos.

La Universitat Pompeu Fabra se plantea para esta finalidad los objetivos siguientes:

- Transmitir la identidad de la UPF a partir de la comunicación y el diálogo con su entorno inmediato y con la sociedad en general.
- Transmitir a la sociedad los programas, el carácter público y la calidad de la UPF.
- Ofrecer información personalizada a los futuros estudiantes sobre los aspectos diferenciadores de la UPF con respecto al resto de universidades y sobre su oferta académica, de servicios e instalaciones.
- Facilitar el conocimiento directo de la UPF y las características de los estudios que imparte, mediante la oferta de sesiones informativas.

Para la consecución de los mencionados objetivos se utilizarán los usuales canales de difusión de la Universidad Pompeu Fabra, así como los del IDEC Escuela de Estudios Superiores para dar a conocer la oferta del Máster. Entre las que destacan:

a) Sesiones Informativas: el objetivo de estas sesiones es informar sobre las características específicas de los estudios de máster de la UPF, así como los del IDEC Escuela de Estudios Superiores.

b) Jornadas de Puertas abiertas: el objetivo de estas sesiones es informar sobre las características específicas de los estudios de máster de la UPF y dar a conocer las instalaciones de la UPF a los futuros estudiantes. El formato genérico de esta actividad está compuesto por tres actividades:

- Una presentación general sobre el funcionamiento de la universidad, los diferentes campus, servicios, visados, alojamientos, etc. Acompañado de una visita guiada.
- Una sesión informativa específica dirigida a dar a conocer temas relacionados con los sistemas de admisión, requisitos específicos, becas, etc.
- Una sesión específica de información dirigida por cada coordinador académico del máster

c) Ferias de educación: la Universidad participa en un gran número de ferias nacionales e internacionales de educación en las que presenta su oferta. El objetivo de participar en ferias de educación es ofrecer información personalizada a los visitantes sobre los aspectos diferenciales de la oferta académica y de servicios de la UPF en relación al resto de universidades. Los destinatarios de las ferias educativas son estudiantes universitarios, graduados y empresas. En el curso 2009/2010 la UPF estuvo presente en ferias de las ciudades siguientes:

Catalunya: Barcelona-Universitat Pompeu Fabra, Barcelona

España: Salamanca, Sevilla, Santiago de Compostela, Bilbao, Granada, Valencia, Zaragoza, Madrid

Latinoamérica: Lima (Perú), Bogotá (Colombia), Caracas (Venezuela), Santiago de Chile (Chile), Buenos Aires (Argentina), Brasil, Monterrey (Méjico), México D.F (Méjico).
Arabia Saudí: Riyad
Turquía: Istambul i Ankara
Europa: Roma, Milán y Lisboa

d) Publicidad: la Universidad incluye publicidad en diferentes medios de comunicación impresos, y Internet así como publicidad exterior. Así mismo la Universidad difunde su oferta de másters a través de mailings que incluyen diversos colectivos.

e) Campaña de comunicación: la UPF elabora los materiales gráficos, electrónicos y audiovisuales de información. Durante el curso 2009/2010 se han elaborado los materiales informativos siguientes:

- Web: Portal másters i portal doctorados: Los dos portales ofrecen toda la programación de programas oficiales de postgrado de la UPF (doctorados y másteres universitarios). Los portales están publicados en tres versiones lingüísticas (catalán, castellano e inglés) y cuentan con un acceso directo a las preinscripciones y matrícula en línea. Ambos portales también contienen acceso a todo el resto de programación de postgrado propia del grupo UPF (IDEC Escuela de Estudios Superiores, ESCI, ELISAVA y BGSE).
- Folletos: Programas de Postgrado 2010/2011, el folleto ofrece información sobre todos los programas oficiales de postgrado y sobre cómo y cuándo acceder. Los programas están ordenados por ámbitos temáticos y remiten al portal de Postgrado de de la UPF para ampliar la información. El folleto se edita en tres versiones: catalán, castellano e inglés y se distribuye en todas las acciones presenciales: ferias, sesiones informativas y puntos de información de la UPF.
- Tríptico Programas de Postgrado 2010/2011: Se ha editado un tríptico con un resumen del contenido del folleto. Se ha editado únicamente en versión en castellano.
- Carteles electrónicos: Se han elaborado carteles electrónicos para enviar a con los diferentes mailings del Plan. Estos carteles han estado elaborados en las tres versiones los tres idiomas de trabajo de la UPF catalán, castellano e inglés.
- Audiovisual de la UPF: Audiovisual en 3 idiomas realizado por graduados de los estudios de Comunicación Audiovisual de la UPF que presenta la UPF en su dimensión de universidad pública, de calidad e internacional.

Por otro lado, la universidad participa o desarrolla las acciones informativas siguientes:

Información de apoyo a estudiantes con necesidades educativas especiales: En el apartado "Actividades y Servicios" de la Web de la UPF e incorporada a los "Servicios de apoyo al estudio", se encuentra la información de "Apoyo a personas con necesidades educativas especiales" que permite una prestación personalizada para cada estudiante que la requiere. El Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria responde, en sus instalaciones o electrónicamente y de manera personalizada, las cuestiones planteadas que permiten al estudiante tener información de cómo se trabaja para cubrir sus necesidades (adaptación para la movilidad, servicios logísticos de apoyo, adaptación curricular...) y decidir sobre la conveniencia de su inscripción para acceder a la UPF.

Actividades en el marco del Consell Interuniversitari de Catalunya: La Universitat Pompeu Fabra forma parte del Consell Interuniversitari de Catalunya (CIC) y desde esta organización ejecuta, conjuntamente con el Departamento de Innovación, Universidades y Empresa y el resto de universidades catalanas, un conjunto de acciones de orientación para los estudiantes.

El CIC es el órgano de coordinación del sistema universitario de Catalunya y de consulta y asesoramiento del Gobierno de la Generalitat en materia de universidades. Integra representantes de todas las universidades públicas y privadas de Catalunya.

Entre los objetivos y líneas estratégicas del CIC se encuentran los relativos a la orientación para el acceso a la universidad de los futuros estudiantes universitarios:

- Información y orientación con relación a la nueva organización de los estudios universitarios y sus salidas profesionales, para que la elección de los estudios se realice con todas las consideraciones previas necesarias.
- Transición desde los ciclos formativos de grado superior a la universidad.
- Presencia y acogida de los estudiantes extranjeros.

Procedimientos de información sobre las enseñanzas a distancia: Los programas de enseñanza a distancia utilizan los mismos canales de difusión que el resto de programas. En cada uno de los canales de difusión se informa de la especificidad de dichos programas.

Entre los canales de difusión a destacar encontramos:

- Web: la web de la Universidad Pompeu Fabra lista la programación que se lleva a cabo en el grupo UPF, y es a través de la web del IDEC Escuela de Estudios Superiores, donde el futuro participante puede informarse sobre los programas *online*. La información que allí puede encontrar es: Presentación del programa, Dirección y profesorado, Contenidos Académicos, Calendario, Metodología, Evaluación y Requerimientos técnicos para realizar el programa.
- Folletos: ofrece información sobre todos los programas oficiales de postgrado y sobre cómo y cuándo acceder. El folleto se edita en dos versiones: catalán y castellano y se distribuye en todas las acciones presenciales: ferias, sesiones informativas y puntos de información de la UPF. Además, cada uno de los programas tiene un folleto exclusivo que detalla mucho más a fondo las características específicas del programa en cuanto al contenido y a la modalidad del mismo. Sin embargo, la tendencia es ir reduciendo cada vez más el papel, de manera que se tiende a elaborar una información cada vez más genérica que remite a la consulta virtual.
- Módulo de introducción: una vez inscrito, en cada uno de los programas *online* el participante tiene acceso a un módulo introductorio que le facilitará toda la información necesaria para seguir correctamente el programa. Alguna de la información que se puede encontrar es:
 - Guía del programa (metodología de estudio, recomendaciones para realizar las actividades y ejercicios del curso, criterios de evaluación del programa, etc.)
 - Guía de la plataforma Virtual.
 - Documentos de soporte técnico (para que el participante no tenga ningún problema en el momento de consultar el material *online*).
 - Calendario de exámenes y de tutorías.
 - Dirección de correo para las contactar con el profesor/tutor del programa.

Además, de todas las vías habituales de difusión, para este máster en concreto se han llevado a cabo las siguientes acciones de márketing así como la presencia en diferentes Ferias:

- Inclusión de adwords en los portales de Google específicos de Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Reino Unido y Bélgica.
- Asistencia a las ferias de postgrado internacionales Studyrama en París durante el mes de marzo de 2011 y la feria World Graduate Tour de Londres también durante el mes de marzo de 2011

Los candidatos interesados en la oferta formativa pueden acceder al Servicio de Información y Coordinación de IDEC Escuela de Estudios Superiores ya sea telefónicamente, vía fax, mail, o de forma presencial. A través de la página web de IDEC Escuela de Estudios Superiores (www.idec.upf.edu), disponible en tres idiomas (castellano, catalán e inglés) puede también establecer el contacto a través del formulario online "Contacta con nosotros".

El Servicio de Información y Coordinación ofrece un trato personalizado y responde a todas y cada una de las dudas que el candidato pueda plantear. En el caso concreto de este máster, dada la variedad de modalidades que ofrece, y siempre en función de la disponibilidad personal del candidato, se aconseja sobre cuál podría ser la opción que mejor se adapta a sus necesidades.

Por otro lado, la universidad participa o desarrolla las acciones informativas siguientes:

Información de apoyo a estudiantes con necesidades educativas especiales: En el apartado “Actividades y Servicios” de la Web de la UPF e incorporada a los “Servicios de apoyo al estudio”, se encuentra la información de “Apoyo a personas con necesidades educativas especiales” que permite una prestación personalizada para cada estudiante que la requiere.

El Servicio de Atención a la Comunidad Universitaria responde, en sus instalaciones o electrónicamente y de manera personalizada, las cuestiones planteadas que permiten al estudiante tener información de cómo se trabaja para cubrir sus necesidades (adaptación para la movilidad, servicios logísticos de apoyo, adaptación curricular...) y decidir sobre la conveniencia de su inscripción para acceder a la UPF.

Actividades en el marco del Consell Interuniversitari de Catalunya: La Universitat Pompeu Fabra forma parte del Consell Interuniversitari de Catalunya (CIC) y desde esta organización ejecuta, conjuntamente con el Departamento de Innovación, Universidades y Empresa y el resto de universidades catalanas, un conjunto de acciones de orientación para los estudiantes.

El CIC es el órgano de coordinación del sistema universitario de Catalunya y de consulta y asesoramiento del Gobierno de la Generalitat en materia de universidades. Integra representantes de todas las universidades públicas y privadas de Catalunya.

Entre los objetivos y líneas estratégicas del CIC se encuentran los relativos a la orientación para el acceso a la universidad de los futuros estudiantes universitarios:

- Información y orientación con relación a la nueva organización de los estudios universitarios y sus salidas profesionales, para que la elección de los estudios se realice con todas las consideraciones previas necesarias.
- Transición desde los ciclos formativos de grado superior a la universidad.
- Presencia y acogida de los estudiantes extranjeros.

Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles

La Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles es una comisión de carácter permanente del Consell Interuniversitari de Catalunya (CIC). Es el instrumento que permite a las universidades debatir, adoptar iniciativas conjuntas, pedir información y hacer propuestas en materia de política universitaria.

Entre las competencias de esta comisión está la de realizar el seguimiento de las actuaciones de promoción interuniversitarias de ámbito autonómico y estatal que lleve a cabo la Secretaría General del CIC, coordinar la presencia de las universidades en el Salón Estudia y elaborar recomendaciones dirigidas a las universidades para facilitar la integración a la universidad de las personas discapacitadas.

Materiales sobre el acceso a la universidad, la nueva ordenación y oferta del sistema universitario catalán.

Las publicaciones que se editan anualmente son las siguientes:

- Guía de los estudios universitarios en Catalunya.
- Catalunya Máster.
- Másteres oficiales de las universidades de Catalunya
- Centros y titulaciones universitarias en Catalunya

Promover la igualdad de oportunidades de los estudiantes con discapacidad.

Uno de los objetivos del Consell Interuniversitari de Catalunya es promover la igualdad de oportunidades del estudiantado con discapacidad en el ámbito de la vida universitaria. Ante la necesidad de promover líneas de atención comunes a los estudiantes con discapacidad, la Comisión de Acceso y Asuntos Estudiantiles del CIC acordó en septiembre del 2006 la creación de la Comisión Técnica UNIDISCAT (Universidad y Discapacidad en Catalunya), en la que están representadas todas las universidades catalanas.

La Comisión técnica analiza la situación actual y las necesidades de los estudiantes con discapacidad con el objetivo de ofrecer un protocolo de actuación y respuesta a las mismas.

4.2. Criterios de acceso y condiciones o pruebas de acceso especiales.

a) Para los requisitos de acceso, las condiciones de admisión y los procedimientos de admisión se seguirán las Normas académicas de los Máster Oficiales, según el Acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo y 14 de noviembre del 2007.

Además de cumplir los requisitos de acceso general establecidos en la normativa vigente, para acceder al Programa oficial de Máster deberán también cumplirse los siguientes requisitos específicos de acceso:

- Estar en posesión de una titulación universitaria preferiblemente del ámbito de la economía, la ingeniería, la administración y dirección de empresas.

Complementos Formativos:

Antes del inicio del curso, se ofrece a los estudiantes la posibilidad de realizar tres cursos intensivos de 20 horas cada uno de ellos, de contabilidad y finanzas, matemáticas y estadística y economía general, para reforzar los conocimientos de aquellos alumnos que consideren la necesidad de reforzar o recuperar los conocimientos en estas materias transversales, y así situarlos en un nivel de homogeneización con sus respectivos compañeros:

Programa

MÓDULO 1. Fundamentos de economía: Conceptos e instrumentos básicos de microeconomía, macroeconomía y economía internacional. Se proporcionaran los contenidos y herramientas para entender y reflexionar sobre las decisiones de los agentes económicos, los mercados y la economía.

1. Microeconomía
 - a. Principios fundamentales de economía.
 - b. Ley de la oferta y la demanda.
 - c. Elasticidad.
 - d. Excedente del consumidor y del productor.
 - e. Los costes de producción.
2. Macroeconomía
 - a. Medición del PIB y la renta nacional
 - b. Determinantes de la productividad.
 - c. La tributación y el bienestar.
 - d. La oferta del dinero y el sistema financiero.

MÓDULO 2. Herramientas estadísticas para el análisis de datos: Matemáticas, estadística descriptiva e inferencial básica. Se trabajará en el desarrollo de competencias asociadas a los métodos de trabajo de análisis formal de datos.

1. Matemáticas:
 - e. Álgebra básica
 - f. Funciones de una variable.
 - g. Funciones de dos variables.
 - h. Gráfica de una función de dos variables.
 - i. Derivadas parciales. Interpretación geométrica.
2. Análisis de datos estadísticos:
 - j. Análisis de distribuciones.
 - i. Descripción gráfica de las distribuciones: Histograma, diagramas de barras y diagramas de pastel. Distribuciones simétricas y asimétricas. Gráficos de series temporales. Diagramas de caja.

- ii. Descripción numérica de las distribuciones: Medidas de centro y de variabilidad. Descripciones numéricas: mediana, media, recorrido, cuartiles, desviación típica. Transformaciones de los datos.
 - iii. Distribuciones normales: Curva de densidad de probabilidad. Media y mediana en una curva de densidad. Distribución normal y distribución normal estándar. Propiedades de la distribución normal. Cálculos con distribuciones normales.
- k. Análisis de relaciones:
- i. Conjuntos de dos variables (dos variables numéricas): Diagramas de dispersión. Correlación y recta de regresión.
 - ii. Conjuntos de dos variables (dos variables categóricas): Tablas de contingencia. Distribuciones marginales. Diagramas de barras. Distribuciones condicionales.
- l. Estadística económica:
- i. Números índice: Números índice simples y complejos. Índice de precios al consumo.
 - ii. Medidas de desigualdad y concentración: Medidas de desigualdad y curvas de Lorenzo: cálculo e interpretación. Índices de concentración: cálculo e interpretación.
 - iii. Series temporales: Representación gráfica de series temporales. Principales componentes de las series temporales. Tendencia y fluctuaciones a medio y corto plazo.

MÓDULO 3. Fundamentos de empresa: Abordarán el conjunto de conceptos que permitan la comprensión del funcionamiento de las áreas funcionales de contabilidad, finanzas y organización de la empresa.

1. Principios de contabilidad y finanzas
 - a. Asientos contables.
 - b. Estados contables.
 - c. Gastos y costes. Análisis punto de equilibrio
 - d. Financiación.
 - e. Rentabilidad.
2. La producción y las operaciones
 - a. Capacidad y utilización
 - b. Economías de escala
 - c. Gestión de la calidad.
 - d. Medidas de calidad y satisfacción.
 - e. Eficacia, eficiencia y productividad

Resultados y evaluación

Finalizado el curso, cada uno de los módulos será evaluado mediante una prueba de diagnóstico del nivel competencial de los estudiantes. Estas pruebas permitirán identificar sus suficiencias y carencias. En base a esta evaluación se recomendará, a los estudiantes que lo necesiten, la realización de trabajo adicional que les permita alcanzar las competencias requeridas para la consecución del nivel avanzado de las distintas asignaturas del máster. Por otro lado, los resultados de estas pruebas de diagnóstico se comunicarán a los profesores responsables de las asignaturas de forma que puedan diseñar material complementario de trabajo específico.

- El conocimiento de la lengua inglesa es un requisito imprescindible, ya que es el idioma en el que se desarrollan todas las actividades docentes del Máster. Los participantes que no tengan el inglés como lengua materna deberán aportar evidencia reciente de su dominio adecuado de este idioma, tanto escrito como oral. Así, los candidatos, en el examen TOEFL, deben haber obtenido una puntuación de 235 o superior en la prueba Computer Based Test, de 575 o superior en el examen escrito, o de 100 o superior en la prueba de internet. Otra forma de probar un nivel adecuado de inglés son los títulos Proficiency

Certificate de Cambridge, con un resultado de entre A y C; el First Certificate de Cambridge, con un resultado de A, o el IELTS del British Council, con un resultado mínimo de 6,5.

b) El Procedimiento de selección específico del Máster Universitario de Ciencias Empresariales será el siguiente:

En el procedimiento de selección de los candidatos (máx. 5 puntos) se aplicarán los siguientes criterios de selección:

- Adecuación del perfil del candidato a los objetivos y contenidos del programa (hasta 2 puntos). La valoración de la adecuación del perfil del candidato se hará en base a un escrito de presentación de una extensión máxima de dos páginas en las cuales el candidato expondrá su adecuación al perfil del Máster y sus objetivos profesionales, así como en base a dos cartas de recomendación preferiblemente del ámbito académico.
- Expediente académico (se valorará de acuerdo con la normativa de valoración de expedientes académicos de la UPF) (hasta 3 puntos).

Con carácter general, se entiende por reconocimiento de créditos ECTS la aceptación por parte de la Universidad de los créditos obtenidos en enseñanzas universitarias de carácter oficial, ya sea en la UPF o en otra universidad, para que computen en otros estudios a los efectos de obtener una titulación universitaria de carácter oficial.

La unidad básica del reconocimiento será el crédito ECTS (sistema europeo de transferencia de créditos), regulado en el Real decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el cual se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y con validez en todo el territorio nacional.

Los criterios generales en materia de reconocimiento de créditos ECTS establecidos por la universidad, cuando los estudios de destino sean estudios oficiales de máster, son los siguientes:

1. De acuerdo con lo establecido en la disposición adicional cuarta del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, si los estudios de origen son enseñanzas universitarias conducentes a la obtención del título oficial de licenciado, ingeniero o arquitecto serán susceptibles de reconocimiento de créditos ECTS si, a criterio de la dirección de programa de máster, existe equivalencia o adecuación entre las competencias y los conocimientos asociados a las materias cursadas en los estudios aportados y los previstos en el plan de estudios de máster de destino.
2. En virtud de lo establecido en el artículo 6 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, si los estudios de origen son enseñanzas universitarias conducentes a la obtención del título oficial de máster universitario o de doctor, serán susceptibles de reconocimiento de créditos ECTS si, a criterio de la dirección de programa de máster, existe equivalencia o adecuación entre las competencias y los conocimientos asociados a las materias cursadas en los estudios aportados y los previstos en el plan de estudios de máster de destino.
3. De acuerdo con lo establecido en el artículo 36.d de la Ley orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la cual se modifica la Ley orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de universidades, el Gobierno, con un informe previo del Consejo de Universidades, regulará las condiciones para validar, a efectos académicos, la experiencia laboral o profesional. Actualmente, el Gobierno todavía no ha aprobado mediante real decreto las condiciones para que las universidades puedan reconocer, a efectos académicos, la experiencia laboral o profesional de los estudiantes que quieran acceder a enseñanzas universitarias de carácter oficial o las estén cursando.
4. Los estudios de origen aportados serán susceptibles de reconocimiento de créditos ECTS en función del plan de estudios de máster de destino. Por tanto, el

reconocimiento de créditos ECTS podrá ser diferente si los mismos estudios de origen se aportan a otro plan de estudios de máster de destino.

Los créditos ECTS reconocidos en los planes de estudio conducentes a la obtención del título universitario oficial de máster serán susceptibles de ser incorporados en el expediente académico del estudiante mediante su matrícula, y serán reflejados en el suplemento europeo al título, en virtud de lo establecido en el artículo 6.3 del Real decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el cual se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Los créditos ECTS reconocidos en los planes de estudio conducentes a la obtención del título universitario oficial de máster mantendrán la misma calificación obtenida en el centro de procedencia. En el supuesto de que no exista verificación de conocimientos, los créditos ECTS reconocidos no computarán a efectos de ponderación del expediente académico.

La UPF, en el apartado 7 de las "Normas académicas de los Másteres Oficiales (Acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo y 14 de noviembre del 2007)" ha previsto hasta ahora todo lo referente a reconocimiento y transferencia de créditos. A continuación se transcribe la citada normativa:

(Esta traducción al castellano tiene carácter informativo. La versión oficial es su original en catalán.)

7. Reconocimiento de créditos

7.1. Concepto

El reconocimiento de créditos consiste en la aceptación por parte de la Universidad Pompeu Fabra de los créditos que, habiendo sido obtenidos en unos estudios oficiales de máster, en la misma o en otra Universidad, son computados en estudios diferentes a efectos de obtener un título oficial de máster.

Los créditos pueden ser reconocidos por la Universidad teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los conocimientos asociados a las restantes materias cursadas por el estudiante y los previstos en el plan de estudios o que tengan carácter transversal.

7.2. Órganos

Corresponde a la comisión competente en materia de postgrado oficial establecer los criterios generales de reconocimientos.

El director del departamento responsable del programa oficial de postgrado al que pertenezca el máster designará, entre el profesorado doctor, a un vocal de reconocimientos para cada máster, o para un conjunto de másteres del programa.

El director del departamento responsable del máster resolverá las solicitudes de reconocimientos, a propuesta del vocal de reconocimientos.

La secretaría del departamento notificará las resoluciones a las personas interesadas. Contra estas resoluciones se puede interponer, en el plazo de un mes, recurso de alzada ante el rector o rectora.

Las resoluciones adoptadas por los directores se trasladarán a efectos informativos a la comisión competente en materia de postgrado oficial.

7.3. Requisitos

Los estudiantes pueden solicitar el reconocimiento de sus estudios previos si acreditan haber obtenido plaza o si han solicitado la admisión directa.

7.4. Reconocimiento de créditos convalidados, reconocidos o adaptados

En el caso de que la solicitud de reconocimientos incluya créditos convalidados, reconocidos o adaptados, el director del departamento resolverá teniendo en cuenta la documentación que permitió el reconocimiento de origen, por lo que se tendrá que aportar toda la documentación relativa al contenido de la materia.

7.5. Procedimiento

7.5.1. Las solicitudes de reconocimientos de estudios universitarios españoles deben expresar el detalle de las asignaturas de las que se solicita reconocimiento, señalando la correspondencia con las asignaturas a reconocer, e indicando, en su caso, que se trata de una petición vinculada a una solicitud de admisión directa, y debe adjuntarse la documentación siguiente:

- Certificado académico en el que consten las asignaturas, el número de créditos y la calificación obtenida.*
- Fotocopia del plan de estudios cursado, debidamente sellado por el centro correspondiente.*
- Fotocopia de los programas o planes docentes de las asignaturas cursadas, debidamente sellados por el centro correspondiente.*
- Resguardo del pago del precio para el estudio de la solicitud de reconocimientos establecido en la normativa vigente.*

7.5.2. La solicitud de reconocimientos de estudios universitarios extranjeros se realizará de acuerdo con la normativa sobre la homologación y reconocimiento de títulos y estudios extranjeros de educación superior en el ámbito del postgrado de la UPF, que se aplicará en todo lo no previsto en la presente normativa.

7.5.3. Las solicitudes de reconocimiento se pueden presentar en los plazos establecidos por el vicerrector competente en materia de postgrado oficial.

7.6. Constancia en el expediente académico

7.6.1. La asignatura figurará como reconocida en el expediente académico una vez se haya matriculado. En el caso de que el estudiante ya se haya matriculado de la asignatura, el reconocimiento tendrá efecto en el mismo curso académico.

7.6.2. El reconocimiento de créditos obtenido figurará en el expediente del estudiante siempre y cuando cumpla los requisitos fijados en el plan de estudios y la normativa académica vigente.

7.6.3. Los créditos que se reconozcan se harán constar en el expediente del estudiante de acuerdo con lo que establece la normativa legal de calificaciones vigente en el momento de dicho reconocimiento de créditos.

7.7. Precio

7.7.1. Únicamente se aplicará el precio por reconocimiento previsto en la normativa de precios públicos aprobada por la Generalitat de Cataluña a los estudiantes que hayan solicitado el reconocimiento de créditos antes de matricularse de la asignatura correspondiente.

7.7.2. En el resto de los casos se aplicará el precio ordinario que establece la misma normativa, es decir, los estudiantes satisfarán el precio ordinario de los créditos de matrícula y, una vez resuelta la solicitud de reconocimiento de créditos, podrán solicitar la devolución de los importes correspondientes dentro del plazo previsto en la normativa de la Universidad.

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

El participante, una vez matriculado, podrá beneficiarse de los siguientes procedimientos de apoyo y de seguimiento:

- Servicio de Bienvenida: Con este servicio se quiere dar la bienvenida a los participantes y apoyarles en el proceso de aprendizaje. Dicho servicio incluye programa de ayudas y servicios para facilitar la integración del participante en la institución.
- Departamento de Carreras: El objetivo de dicho servicio es ofrecer a los profesionales herramientas y formación en habilidades que complementen la preparación académica que reciben y que les permitan afrontar con más seguridad nuevos retos profesionales durante y después de su paso por la institución.
- Asociación Antiguos Alumnos: Mediante seminarios, mesas redondas, conferencias y encuentros con líderes de opinión, la Asociación fomenta el espíritu de aprendizaje y mejora constante, y da continuidad a la actividad formativa de los antiguos alumnos. Las actividades permiten, asimismo, reencontrarse, intercambiar experiencias y mantener una red viva de contactos. La Asociación también informa a todos sus miembros sobre las mejores ofertas de trabajo y los acontecimientos más interesantes.
- Aula Global: Plataforma virtual dónde el participante podrá encontrar todo el material del programa así como estar en permanente contacto con el resto de participantes, profesores y tutores del programa. Tanto a través de dicha plataforma como en las sesiones del aula el participante podrá resolver aquellas dudas que le vayan surgiendo.

Además de estos servicios el participante asistirá a los siguientes eventos:

- Sesión Informativa: Se realiza durante las primeras sesiones del programa y el objetivo de la misma es ofrecer a los participantes la información básica sobre el programa y sobre la institución. Durante esas sesiones se trabajan los siguientes aspectos:
 - Características académicas del programa
 - Medios de difusión de noticias y actividades de la escuela
 - Conocimiento de los servicios generales que ofrece la institución
- Clases de lengua catalana: Durante el curso académico se realizan diferentes sesiones de catalán para aquellos participantes que estén interesados. Asimismo, los estudiantes tienen disponible los Programas de Enseñanza de Idiomas que ofrece la Universitat Pompeu Fabra para toda la comunidad universitaria. El programa consta de cursos en diferentes niveles de catalán, inglés, francés, italiano, alemán, etc.
- Acto de graduación: Acto de cierre de curso académico en el que se otorgan los diplomas del curso a todos los estudiantes del programa que se gradúan.
A nivel general en la UPF se vienen desarrollando las acciones siguientes.

a) Programa “Bienvenidos a la UPF”

Es la primera acción que se programa para los estudiantes de nuevo ingreso a la universidad.

Se lleva a cabo durante las dos semanas anteriores al inicio del curso académico.

El principal objetivo del programa es poner al alcance de los nuevos estudiantes la información básica necesaria para facilitar su integración en la vida universitaria. Se estructura a partir de visitas a la universidad, precedidas por unas sesiones informativas en las que se incluyen básicamente las cuestiones siguientes:

- Características académicas de la titulación.
- Servicios de apoyo al estudio.
- Medios de difusión de las noticias y actividades de la UPF.
- Conocimiento del Campus y otros servicios generales.

- Actividades sociales, culturales y deportivas.
- Solidaridad y participación en la vida universitaria.

Estudiantes veteranos inscritos voluntariamente al programa ejercen un papel destacado en las mencionadas visitas, como orientadores de los estudiantes de nuevo ingreso.

Los estudiantes con necesidades educativas especiales participan igualmente en las sesiones del programa, pero además tienen sesiones individuales de acogida en las que se les facilita toda clase de información de los servicios de apoyo existentes en la universidad para su situación particular.

La Fundación IDEC ofrece un curso de catalán para extranjeros de forma gratuita. Se pretende facilitar una comprensión básica a todos aquellos participantes de fuera de Cataluña que estén interesados en adaptarse a la lengua y costumbres del lugar.

b) Presentación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES)

Desde el curso 2004-05, en que se inició el Plan Institucional de Adaptación de los estudios de la UPF al EEES, los coordinadores de cada titulación realizan una presentación a los estudiantes en la que se difunde la construcción del EEES y se incide en los aspectos de mayor aplicación al estudiante.

Los ejes fundamentales de la presentación son:

- ¿Qué es el EEES? Objetivos.
- Desarrollo legislativo. Estructura de los estudios. Suplemento Europeo al Título.
- Nueva metodología de aprendizaje.
- El EEES en la Universitat Pompeu Fabra.

c) Servicio de Asesoramiento Psicológico

Su objetivo es favorecer la adaptación de los estudiantes a la vida universitaria. El servicio va destinado a aquellos que requieran orientación y apoyo psicológico para facilitar su estabilidad personal y su rendimiento académico. El servicio presta igualmente asesoramiento al Personal Docente y al Personal de Administración y Servicios que lo requiera por su relación con los estudiantes que demandan esa atención.

También se realizan labores de divulgación y sensibilización para situar el rol del psicólogo en el ámbito de la prevención y la higienización.

d) Compatibilización para deportistas de alto nivel

La UPF tiene prevista la existencia de un tutor para los estudiantes que son considerados deportistas de alto nivel de acuerdo con los requisitos establecidos en la normativa de las administraciones competentes en materia deportiva. El objetivo de esta acción tutorial es, fundamentalmente, ayudar a compatibilizar las actividades académicas y deportivas.

El tutor ayuda a planificar el calendario académico en consonancia con el calendario deportivo del estudiante, de manera que se encuentre el equilibrio entre ambas actividades. El tutor se convierte en interlocutor del estudiante ante el profesorado para plantear modificaciones dentro del calendario general previsto para el grupo/clase que tiene asignado el estudiante, o para acceder a tutorías o material docente adecuado a su disponibilidad temporal.

Como sistemas de apoyo se ofrece la información docente, académica y de procedimientos de la página Web de información académica. El Punt d'Informació a l'Estudiant (PIE) y la Secretaría del Departamento garantizan la respuesta a los diferentes tipos de consultas.

e) Oficina de Inserción Laboral

Con mayor orientación a prestar servicio a los estudiantes de los últimos cursos del Grado que al máster, el objetivo de la oficina es ofrecer una serie de programas que favorecen la conexión de la etapa de formación académica con la vida profesional. Destacan los servicios siguientes:

- Prácticas en empresas.
- Formación y asesoramiento en herramientas de introducción al mercado laboral.
- Orientación profesional.
- Presentaciones de empresas.
- Bolsa de trabajo.
- Recursos de información (ayudas, emprendedores, orientación I...).

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

La Universidad Pompeu Fabra, en el apartado 7 de las “Normas académicas de los Másteres Oficiales (Acuerdo del Consejo de Gobierno de 10 de mayo de 2006, modificado por acuerdos del Consejo de Gobierno de 14 de marzo y 14 de noviembre del 2007” ha previsto hasta ahora todo lo referente a convalidaciones, reconocimiento y adaptación de créditos.

De acuerdo con la actual normativa, corresponde a la a la comisión competente en materia de postgrado oficial establecer los criterios generales de convalidaciones y adaptaciones.

Asimismo, corresponde al director responsable del máster resolver las solicitudes de convalidaciones y adaptaciones, previo informe del vocal de convalidaciones. El director responsable del programa oficial de postgrado al cual pertenezca el máster designará, entre el profesorado doctor, un vocal de convalidaciones para cada máster o para un conjunto de másteres del programa.

5. Planificación de las enseñanzas

5.1. Estructura de las enseñanzas.

La ficha técnica del Máster es la siguiente:

Máster de especialidad académica
Duración: un año académico (3 trimestres ampliables a 4 en función de la selección de asignaturas optativas)
Carga lectiva: 60 ECTS
Número alumnos previsto: 40 por curso académico

Recorrido Formativo:

Todos los participantes deberán cursar dos materias obligatorias de 9 ECTS cada una que forman parte del módulo 1. Deberán realizar un total de 36 ECTS de los 60ECTS disponibles como materias optativas en el modulo 2). Por último, un Trabajo Final de Máster de 6 ECTS.

Complementos Formativos:

Antes del inicio del curso, se ofrece a los estudiantes la posibilidad de realizar tres cursos intensivos de 20 horas cada uno de ellos, de contabilidad y finanzas, matemáticas y estadística y economía general, para reforzar los conocimientos de aquellos alumnos que consideren la necesidad de reforzar o recuperar los conocimientos en estas materias transversales, y así situarlos en un nivel de homogeneización con sus respectivos compañeros.

En resumen:

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatorias	20
Materia 1. Herramientas analíticas	12
Materia 2. Bases funcionales de la empresa	8
Optativas	32 (obligatorios)
Marketing	16
Gestión de Operaciones	16
Contabilidad y Finanzas	16
Estrategia y Liderazgo	16
Racionalidad y Valores éticos en la Empresa	16
Trabajo Final de Máster	8

Breve descripción de módulos y Materias del Plan de estudios:

1er Trimestre	ECTS	2º y 3er Trimestre	ECTS	2º y 3er Trimestre	ECTS
Módulo I. Herramientas y Teoría de la decisión. -Herramientas analíticas -Bases funcionales de la empresa	20 ECTS	Módulo II. Desarrollo de Gestión. -Marketing -Gestión de Operaciones -Contabilidad y Finanzas -Estrategia y Liderazgo -Racionalidad y Valores éticos en la Empresa	32 ECTS	Trabajo final de Máster	8 ECTS

El calendario académico se divide en trimestres de 10 semanas cada uno. Durante el primer trimestre académico se impartirá el Módulo 1, y durante el segundo y tercer trimestre el módulo 2. El Trabajo Final de Máster se incluye en el tercer trimestre.

Consejo docente:

Se prevé crear una comisión conjunta compuesta por:

- El director de la Fundación IDEC / IDEC Escuela de Estudios Superiores (o quien éste designe en su nombre).
- El director académico del Máster
- 2 profesores designados por el director académico.
- Un representante del profesorado con docencia asignada en el Máster
- Como mínimo, un representante de los estudiantes en curso o antiguos alumnos del Master, y escogido por y entre los estudiantes

Esta comisión tiene entre sus competencias generales la asignación de docencia al profesorado, velar por la coordinación de los másteres incluidos en el Programa, asegurando el máximo de transversalidad, proponer al órgano competente del departamento de los planes de estudio de los másteres, y todas aquellas que deriven de la organización y el desarrollo del Programa y que no estén asignadas a otro órgano.

Respecto de los másteres, la comisión tendrá las competencias específicas siguientes:

- Elaborar el plan de estudios.
- Hacer el seguimiento del plan de estudios.
- Proponer la oferta de plazas.
- Proponer al órgano competente del departamento los criterios específicos de admisión de estudiantes y los criterios de valoración de las solicitudes de acceso.
- Designar la comisión de selección de estudiantes para casos en que la demanda supere la oferta.
- Designar un tutor para cada estudiante.

Esta comisión tiene entre sus competencias generales la asignación de docencia al profesorado, velar por la coordinación de los másteres incluidos en el Programa, asegurando el máximo de transversalidad, proponer al órgano competente del departamento de los planes de estudio de los másteres, y todas aquellas que deriven de la organización y el desarrollo del Programa y que no estén asignadas a otro órgano.

Respecto de los másteres, la comisión tendrá las competencias específicas siguientes:

- Elaborar el plan de estudios.
- Hacer el seguimiento del plan de estudios.
- Proponer la oferta de plazas.
- Proponer al órgano competente del departamento los criterios específicos de admisión de estudiantes y los criterios de valoración de las solicitudes de acceso.
- Designar la comisión de selección de estudiantes para casos en que la demanda supere la oferta.
- Designar un tutor para cada estudiante.

Elaborar la documentación necesaria para el proceso de acreditación de la calidad del Programa, así como participando de manera activa en los procedimientos de calidad establecidos por la agencias de calidad.

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

Dado que este programa prevé movilidad optativa, se seguirán los procedimientos de planificación fijados por la Universidad Pompeu Fabra, así como los propios del centro que imparte el Máster, el IDEC Escuela de Estudios Superiores.

En general, y en este sentido debe destacarse que la UPF no sólo ha logrado posicionarse de forma privilegiada a nivel internacional, sino que reitera su compromiso con la internacionalización como una de las prioridades en el Plan de Actuación del Consejo de Dirección (2006-2009): “dar un nuevo impulso a la internacionalización de la UPF, establecer una red de alianzas internacionales y mantener las políticas que han convertido a la UPF en una de las universidades con mayor presencia de estudiantes internacionales en el grado”. En el marco de esta política, la movilidad de estudiantes recibe especial atención.

Así, la UPF impulsa de forma decidida la movilidad como fórmula para materializar su voluntad de internacionalización, permitiendo que los estudiantes extiendan su formación más allá de su universidad. En este sentido, la estancia de un estudiante en otra universidad tiene valor en sí misma por el hecho de conocer otras formas hacer y de vivir, tanto desde el punto de vista académico como desde el punto de vista personal; pero también proporciona un valor añadido al currículum del estudiante que le posiciona mejor en el mercado laboral.

La UPF desarrolla una intensa actividad de intercambio de estudiantes, tanto en el marco de programas comunitarios y nacionales, como impulsando programas propios que amplían las perspectivas geográficas de la movilidad estudiantil, ofreciendo una extensa oferta tanto a estudiantes propios como a estudiantes de acogida.

La participación en estos programas durante el curso académico 2006-2007 resulta en unos excelentes indicadores de movilidad, tanto de estudiantes propios (5,58%), como de estudiantes de acogida (12,66%); dando cuenta del firme compromiso de internacionalización.

Este compromiso se sustenta sobre una estructura de la que participan distintos estamentos de la universidad. Si bien la gestión se centraliza en el Servicio de Relaciones Internacionales, profesores designados como coordinadores de intercambio aportan su criterio académico en la orientación y seguimiento de los estudiantes y en el reconocimiento, apoyándose en los servicios administrativos de cada estudio y en el Servicio de Gestión Académica.

El Servicio de Relaciones Internacionales gestiona la movilidad, asegurando en todo momento el respeto de los principios de no discriminación y ejerciendo de bisagra entre procesos administrativos internos y externos. A nivel de back-office, garantiza la coordinación con el resto de servicios de la UPF involucrados, así como con las universidades socias, al tiempo que es el interlocutor ante las agencias de gestión de los programas externos y efectúa la gestión económica de becas y ayudas.

De cara al estudiante, el Servicio de Relaciones Internacionales y su personal son el referente y el punto de contacto, tanto para los estudiantes propios (outgoing) como para los de acogida (incoming). En este sentido, a nivel de front-office, la UPF dispone de un catálogo de servicios de apoyo a la movilidad.

1. Atención personalizada e integral a través de la Oficina de Movilidad y Acogida, descentralizada por campus de la Ciutadella, Campus del Mar, Campus de la Comunicació-Poblenou y Edifici Balmes, así como por e-mail.

1.1) Incoming: información sobre la UPF (funcionamiento, campus y servicios) y la vida en Barcelona (alojamiento, sanidad, transporte, vida social, etc.); consejo e intermediación legal (visados y permisos de residencia); orientación académica y matriculación de cursos y asignaturas; emisión de los carnés y altas como estudiantes UPF para acceso a servicios; asesoramiento a lo largo del curso; envío de notas y certificados (también Suplemento Europeo al Título); recogida y tratamiento de encuestas de valoración de estancia en la UPF.

1.2.) Outgoing: orientación académica (requisitos para la movilidad) y práctica (características y servicios de las universidades de destino, seguro y permisos de residencia); gestión de solicitudes de participación en los programas de movilidad; intermediación con la universidad de destino antes, durante y después de la estancia; recogida y tratamiento de encuestas de valoración al regresar, etc.

2. Información completa y actualizada sobre aspectos académicos y prácticos.

2.1.) Incoming: sesiones de bienvenida cada trimestre; carpetas con documentación e información básica, etc.

2.2) Outgoing: sección monográfica; campaña de promoción; difusión de folleto informativo; sesiones informativas generales y específicas por estudios; carpetas con documentación e información según destino, etc.

3. Servicio de alojamiento compartido con el resto de universidades de Barcelona a través de una central de reservas, para los estudiantes de acogida. Un servicio similar se presta en las universidades de destino, velando por la mejor acogida de los estudiantes propios.

4. Programa de acogida y calendario de actividades culturales, deportivas y sociales, para asegurar la completa integración de los estudiantes de acogida en la vida de la Universidad y de la ciudad.

5. Programa de idiomas, con oferta estable de cursos de lengua catalana y castellana para estudiantes de acogida, así como enseñanza de lenguas extranjeras y pruebas de nivel para formar y acreditar a estudiantes propios en otros idiomas, preparándoles para la movilidad.

6. Voluntariado e intercambio lingüístico, donde se combinan los objetivos de aprendizaje y de convivencia multicultural, implicándose tanto estudiantes propios como estudiantes en movilidad en la UPF.

7. Foro de intercambio de información entre estudiantes sobre programas y experiencias de movilidad, abierto a todos los estudiantes.

Por ello, la UPF fomenta la movilidad en todos sus estudios, entendiéndola como parte integral de la formación del estudiante, además de una ventana a nuevos conocimientos. En el caso del Máster en Ciencias Empresariales / *Master of ScienceS in Management* se prevé la posibilidad de que los estudiantes puedan realizar una movilidad optativa hasta 16 créditos. Se realizará un trimestre de optativas equivalente a 16 ECTS de los 32 ECTS optativos totales dentro de las materias Marketing; Gestión de Operaciones; Contabilidad y Finanzas; Estrategia y Liderazgo; Racionalidad y Valores Éticos de la Empresa. También se ofrecerá la movilidad para la realización del Trabajo de Fin de Master (8 ECTS) siempre que uno de los tutores sea perteneciente al claustro de profesores del *Master of ScienceS* de la Universitat Pompeu Fabra.

La experiencia de movilidad de estudiantes contribuye al aprendizaje de primera mano y sobre el terreno, así como a la consolidación de competencias y conocimientos propios de los estudios de Ciencias empresariales. Además de los conocimientos específicos, una estancia de movilidad proporciona a los que la realizan una mejor formación en algunos de los objetivos generales de la titulación.

Por lo que respecta a las competencias específicas, la movilidad facilita la adquisición de las siguientes competencias:

E3. Aplicar técnicas para solucionar problemas relacionados con la gestión mediante el uso de analítica e investigación.

E4. Adquirir las habilidades para el diseño y posible implementación de modelos de resolución de problemas en las ciencias sociales relacionadas con el contenido del máster.

E7. Integrar investigaciones científicas relevantes y de actualidad tanto al conocimiento teórico como a la práctica empresarial.

E8. Aplicar las técnicas y teorías adquiridas durante el Máster para aproximarse a los problemas en las áreas del análisis y práctica del mundo empresarial.

Algunas de las instituciones miembros del QTEM network (<http://www.qtem.org/welcome>) que permitirán los intercambios:

1. SOLVAY BRUSSELS SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT, UNIVERSITÉ LIBRE DE BRUXELLES (SBS-EM, ULB)
2. FACULTEIT ECONOMIE EN BEDRIJFSKUNDE, UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM (FEB, UVA)
3. FACHBEREICH WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN, GOETHE-UNIVERSITÄT FRANKFURT AM MAIN (WIWI, GOETHE U.)
4. ECOLE DES HAUTES ETUDES COMMERCIALES, UNIVERSITÉ DE LAUSANNE (HEC, UNIL)
5. BI NORWEGIAN BUSINESS SCHOOL (BI)
6. COLLEGE OF MANAGEMENT, NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY (NTU)
7. DIPARTIMENTO DI ECONOMIA E FINANZA, LUISS GUIDO CARLI UNIVERSITY (LUISS)

Otras instituciones con las que se permitiría movilidad (que también podría ser ampliable al extender acuerdos de intercambios ERASMUS que tiene la UPF ya cerrado):

ESSEC Business School(Francia)

Kozminski University (Polonia)

Universidade Catolica Portuguesa (Portugal)

5.3. Descripción detallada de los módulos o materias de enseñanzas-aprendizaje de que consta el plan de estudios.

El Máster, de 60ECTS, consta de tres partes, la primera incorpora dos materias obligatorias de 9ECTS cada una, la segunda materias optativas de las que se han de llevar a cabo un total de 36 ECTS, y un Trabajo Final de Máster valorado en 6 ECTS.

Para cursar los 36 ECTS optativos, los alumnos tienen la posibilidad de elegir, dentro de la materia *Marketing*, 4 asignaturas optativas pertenecientes al *Máster Universitario en Marketing/MSc in Marketing* impartido por la UPF Barcelona School of Management:

- Marketing Relational / Relational Marketing (4 ECTS)
- Shopper Marketing (Precio y Promociones) / Shopper Marketing (Pricing and Promotions) (4 ECTS)
- Shopper Marketing (Distribución) / Shopper Marketing (Retail) (4 ECTS)
- Nuevos temas en Comunicación de Marca / New Topics in Marketing Management (4 ECTS)

La descripción completa del Pan de Estudios es la siguiente:

Módulo 1: Herramientas y Teoría de la Decisión		20 ECTS, carácter obligatorio
Obligatorio Los Estudiantes tienen que completar todas las materias.		
Competencias generales		
CB6, CB8, CB9, CB10.		
Competencias específicas		
E1, E2, E5, E6		
Resultados de aprendizaje		
<p>-Dominar las herramientas cuantitativas tanto de estadística como de matemáticas que se utilizan en las diferentes materias impartidas en el máster con especial énfasis en su utilización para la toma de decisiones en entornos complejos empresariales.</p> <p>-Adquirir un conocimiento avanzado de la teoría y práctica relacionada con las áreas principales de toma de decisión empresarial.</p> <p>-Profundizar en las áreas claves de la gestión desde el punto de vista de la rigurosidad analítica.</p> <p>-Identificar las diferencias entre modelos de organización empresarial.</p> <p>-Seleccionar herramientas para poder tomar decisiones de gestión en entornos múltiples.</p> <p>-Sugerir líneas de análisis a los que puedan relacionarse dependiendo del entorno organizacional en el que se mueva.</p> <p>-Dominar los aspectos científicos de las bases funcionales de la empresa.</p> <p>-Dominar la terminología y modelos de análisis aplicados a las áreas funcionales de la empresa: marketing, contabilidad, finanzas y organización empresarial.</p> <p>-Examinar el análisis aplicado a la toma de decisiones de gestión empresarial en casos reales, en sus aplicaciones y en las dificultades metodológicas que deben afrontar las investigaciones científicas en este campo.</p>		
<p>Materia 1: Herramientas analíticas</p> <p>12 ECTS</p> <p>Distribuidos en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Clases presenciales 2) Seminarios académicos, 3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje. <p>Estas acciones conformarán el 40% del peso crediticio de cada materia.</p> <p>Fuera del aula se combinará el:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4) Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto) 5) Estudio personal y 6) Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, 	<p>El objetivo de esta materia es introducir a los estudiantes a las herramientas cuantitativas tanto de estadística como de matemáticas transversales que se utilizan en las diferentes materias impartidas en el máster con especial énfasis en su utilización para la toma de decisiones en entornos complejos empresariales.</p> <p>Estadística: Estadística descriptiva y gráfica para resumir datos Conjuntos de Datos con una variable numérica o una variable categórica. Conjuntos de Datos con combinaciones de variables numéricas y categóricas. Regresión, Correlación y Causalidad Series temporales Diseño de muestreo</p> <p>Matemáticas: Sistemas de ecuaciones Programación lineal</p>	

<p>presentación de casos, etc.).</p> <p>Estas acciones conformaran el 60% restante.</p> <p>Cada docente podrá distribuir de forma particular, atendiendo a estas premisas, el peso crediticio dedicado a clases presenciales, seminarios y tutorías. Así como la carga de trabajo individual y en grupo del alumno.</p>	<p>Programación entera Programación multicriterio Programación no-lineal</p> <p>Metodos de análisis de datos para la toma de decisiones empresariales.</p> <p>Entre otros</p>
<p>Materia 2: Bases funcionales de la Empresa</p> <p>8 ECTS</p> <p>Distribuidos en:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Clases presenciales 2) Seminarios académicos, 3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje. <p>Estas acciones conformaran el 40% del peso crediticio de cada materia.</p> <p>Fuera del aula se combinará el:</p> <ol style="list-style-type: none"> 4) Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto), 5) Estudio personal y 6) Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos, etc.). <p>Estas acciones conformaran el 60% restante.</p> <p>Cada docente podrá distribuir de forma particular, atendiendo a estas premisas, el peso crediticio dedicado a clases presenciales, seminarios y tutorías. Así como la carga de trabajo individual y en grupo del alumno</p>	<p>Las bases funcionales de la empresa proveen de un conocimiento avanzado de la teoría y practica relacionada con las áreas principales de toma de decisión empresarial. El objetivo es dar una visión profunda de las áreas claves de la gestión desde el punto de vista de la rigurosidad analítica.</p> <p>Enseñar a los alumnos los aspectos científicos de las bases funcionales de la empresa. Dominarla terminología y modelos de análisis aplicados a las areas funcionales de la empresa: marketing, contabilidad, finanzas y organización empresarial</p> <p>–Proporcionar a los estudiantes herramientas adicionales para poder tomar decisiones de gestión en entornos complejos.</p> <p>-Sugerir proyectos de investigación a los que puedan relacionarse de manera productiva</p> <p>-Captar su curiosidad por el mundo real, poniendo énfasis en el análisis positivo de la toma de decisiones de gestión empresarial en casos reales, en sus aplicaciones y en las dificultades metodológicas que deben afrontar las investigaciones científicas en este campo.</p> <p>Temas que se tratarán:</p> <p>Principios de contabilidad</p> <p>Análisis de estados contables</p> <p>Análisis financiero</p> <p>Gestión del marketing</p> <p>Análisis de estrategia empresarial y situación competitiva</p> <p>Teoría de la Organización.</p> <p>Teoría de la Gestión</p> <p>Entre otros.</p>
<p>Actividades formativas Clases magistrales, Tutorías presenciales, Trabajo individual (memorias, ejercicios...) Seminarios</p>	
<p>Evaluación</p>	
<p>La evaluación combinará exámenes y trabajos a realizar por los estudiantes. Su combinación permitirá demostrar tanto el aprendizaje de los temas desarrollados como la habilidad en ofrecer una visión personal sobre las distintas problemáticas económicas. Asimismo, los trabajos permitirán evaluar el grado de adquisición de las distintas competencias. Para afinar este aspecto, algunos de los trabajos podrán ser en grupo. La ponderación será la siguiente: examen parcial 20%, examen final 50%, trabajo final 20%, participación en clase 10%.</p>	
<p>Métodos de evaluación por materia</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación continuada (20-50%) • Examen final (30-60%) • Trabajo final (20-50%) 	

<ul style="list-style-type: none"> Participación en clase (10-30%)
<p>Horas: 75 horas lectivas (por materia) Clases magistrales y seminarios: 75 horas (100% presenciales) Tutorías presenciales: 25 horas (100% presenciales) Trabajo individual (memorias, ejercicios...): 150 horas (0% presenciales)</p>
<p>ASIGNATURAS MATERIA 1: HERRAMIENTAS ANALÍTICAS (12 ECTS)</p>
<p><u>Estadística aplicada 4 ECTS</u> Revisamos las herramientas estadísticas principales y los métodos útiles para ser capaz de utilizar información estadística para la toma de decisiones.</p> <p>1) Distribución de probabilidad y estimaciones 2) Test de hipótesis 3) Análisis regresivo 4) Extensión del análisis regresivo 5) Tiempo y estacionalidad 6) Forecasting</p> <p>1) <i>Probability distributions and estimation</i> 2) <i>Hypothesis testing</i> 3) <i>Regression analysis</i> 4) <i>Extension of regression analysis</i> 5) <i>Time and seasonality</i> 6) <i>Forecasting</i></p>
<p><u>Contabilidad de gestión 4 ECTS</u> 1. Control de dirección y contabilidad de dirección. Diseño de scorecards equilibrados como sistemas de información corporativos. La estrategia traza un mapa de y medidas. Casos. 2. Declaraciones financieras y normas de la contabilidad. Normas de Internacionales de Report Financiero. Balances, cuenta de ganancias y pérdidas, declaración de flujo de caja y apuntes contables. Los informes de auditoría. Manipulación de cuentas y contabilidad creativa. Casos. 3. Análisis del balance y la declaración de flujo de caja. Análisis de la cuenta de ganancias y pérdidas, la rentabilidad y ratios de bolsa. Casos. 4. Contabilidad analítica de costes. Direct costing y full costing. ABC. Costes relevantes para toma de decisiones. Casos. 5. La preparación de presupuestos y discrepancias de análisis. Análisis de declaraciones financieras pronosticadas. Casos.</p> <p>1. <i>Management control and management accounting. Designing balanced scorecards as corporate information systems. Strategy maps and measures. Cases.</i> 2. <i>Financial statements and accounting standards. International Financial Reporting Standards. Balance sheet, profit and loss account, cash flow statement and the notes. Auditors reports. Accounts manipulation and creative accounting. Cases.</i> 3. <i>Analysis of the balance sheet and the cash flow statement. Analysis of the profit and loss account, the profitability and stock market ratios. Cases.</i> 4. <i>Cost accounting. Direct costing and full costing. ABC. Relevant costs for decision making. Cases.</i> 5. <i>Preparing budgets and analyzing variances. Analysis of forecasted financial statements. Cases.</i></p>
<p><u>Finanzas corporativas 4 ECTS</u> Finanzas Corporativas tratan con los dos desafíos principales afrontados por la gestión financiera de una empresa: la decisión de la inversión, concerniendo el empleo de recursos de empresa en proyectos productivos, y la decisión de financiar, o de estructura de capital, que examina como obtener el dinero tuvo que financiar las inversiones. <i>Corporate Finance deals with the two main challenges faced by the financial management of a company: the investment decision, concerning the use of company resources in productive projects, and the funding decision, or of capital structure, which examines how to obtain the money needed to finance the investments.</i></p>
<p>ASIGNATURAS MATERIA 2: TEORIA DE LA EMPRESA (8 ECTS)</p>
<p><u>Marketing 4 ECTS</u> 1.-Analizar críticamente el papel de Marketing y examinar las funciones principales que comprenden la tarea de marketing. 2.-Desarrollar una capacidad de aplicar el concepto de marketing a vida verdadera que comercializa situaciones, y desarrollar una comprensión profunda de la aplicabilidad de los conceptos de marketing dentro del concepto de un problema específico. Introducción y conceptos básicos en Marketing Segmentación de mercado y Estrategias de Colocación Dirección del Producto con el tiempo Planificación Estratégica en Marketing Producto, Línea de productos y Decisiones de Marca(Clase) Acción de poner el precio de Decisiones</p>

Marketing de Comunicaciones

Decisiones de Distribución

1.- *To analyse critically the role of Marketing and to examine the major functions that comprise marketing task.*

2.- *To develop an ability to apply the marketing concept to real-life marketing situations, and to develop a deep understanding of the applicability of the marketing concepts within the concept of a specific problem.*

Topic 1: Introduction and basic concepts in Marketing

Topic 2: Market segmentation and Positioning Strategies

Topic 3: Managing the Product over Time

Topic 4: Strategic Planning in Marketing

Topic 5: Product, Product Line and Brand Decisions

Topic 6: Pricing Decisions

Topic 7: Marketing Communications

Topic 8: Distribution Decisions

Comportamiento organizacional 4 ECTS

Los objetivos de este curso son a) para proporcionar una oportunidad para usted para definir su proyecto personal y lo que usted va a hacer en los próximos pocos meses / años para cultivar como un individuo; b) para hacer usted descubre cosas sobre usted que le ayudará a alcanzar sus objetivos de desarrollo personales; c) para hacer usted ve su mundo social de manera diferente - para cambiar lo que usted nota y piensa y como usted detiene el mundo alrededor de usted - y d) para también cambiar lo que usted hace como usted navega por aquel mundo.

The objectives of this course are a) to provide an opportunity for you to define your personal project and what you are going to do in the next few months / years to grow as an individual; b) to have you discover things about you that will help you achieve your personal development goals; c) to have you see your social world differently—to change what you notice and think about and how you apprehend the world around you—and d) to also change what you do as you navigate through that world.

Módulo 2: Desarrollo de la Gestión	60 ECTS, carácter optativo
Optativo: Los estudiantes tienen que completar 32 ECTS entre las 5 materias.	
Competencias básicas	
CB6, CB7, CB8, CB9 y CB10.	
Competencias específicas	
E3, E4, E7, E8	
Resultados de aprendizaje	
<ul style="list-style-type: none"> - Identificar técnicas que permiten determinar y medir las necesidades y deseos de los consumidores - Establecer los objetivos a los que la empresa puede servir, decidir sobre los productos y servicios más apropiados para servir a esos mercados, y - Detallar las estrategias financieras, promocionales y de distribución óptimas que deben implementarse. - Identificar técnicas para la mejora de la productividad de las empresas y así poder dotar de una ventaja competitiva a una empresa. - Interpretar declaraciones contables y financieras - Identificar los puntos fuertes y débiles relacionados con la situación económica y financiera de una empresa. - Identificar técnicas para la toma de decisiones que permiten a las compañías tener éxito cuando compiten en el mercado bajo diferentes circunstancias, también prestando atención a los factores que permiten que ese éxito persista. -Aplicar técnicas. - Reconocer el contexto global en el que los temas sociales, políticos, ambientales y éticos se vuelven de la mayor importancia para los negocios. - Dominar técnicas de diseño de investigación de mercados, planificación, proyección. - Contrastar la implementación de estrategias. - Dominar modelos utilizados en la dirección de la producción y de las operaciones relacionadas con la cadena de valor. - Controlar las medidas a tomar en conexión con las inversiones de la compañía, los préstamos bancarios y otras decisiones que pueden mejorar los resultados de la misma. - Dominar modelos económicos y de la teoría de la decisión para definir conceptos y construir un marco coherente para el análisis competitivo a nivel de la industria y las firmas y la toma de decisiones estratégicas. -Controlar el análisis de las compensaciones específicas entre la creación de valores empresariales y valores éticos (dilemas éticos empresariales) con el ánimo de evitar las muchas trampas que dichas compensaciones crean. -Controlar las investigaciones científicas de actualidad relacionadas con su especialidad. -Considerar la mejora de las técnicas utilizadas, así como la conciencia explícita de sus limitaciones. -Dominar resultados de investigación relacionadas con la capacidad analítica y crítica, así como la independencia a la hora de afrontar problemas. -Aplicar todos los conocimientos adquiridos durante el Máster en un entorno de aplicación real del mundo empresarial. -Definir problemas de actuación. -Definir el análisis pertinente para la toma de decisiones. -Precisar la posible implementación de las decisiones. 	
Materia 3: Contabilidad y Finanzas	
16 ECTS	
Distribuidos en:	
1) Clases presenciales	
2) Seminarios académicos,	
3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje.	
Estas acciones conformarán el 40% del peso crediticio de cada materia.	
Fuera del aula se combinará:	
4) Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto),	
5) Estudio personal y	
6) Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos, etc.).	
	<p>Las funciones del marketing en las organizaciones son: identificar y medir las necesidades y deseos de los consumidores, determinar los objetivos a los que la empresa puede servir, decidir sobre los productos y servicios más apropiados para servir a esos mercados, y determinar las estrategias financieras, promocionales y de distribución óptimas que deben implementarse.</p> <p>Esta materia analiza como el comportamiento del consumidor consiste en las respuestas cognitivas, afectivas y de comportamiento del mismo frente a los diferentes productos y servicios, así como el marketing de dichos productos y servicios.</p> <p>También se consideraran otras perspectivas aplicadas.</p> <p>En primer lugar, desde una perspectiva de políticas públicas, observamos como los errores de razonamiento de los consumidores pueden herir su bienestar. También observamos los efectos de las</p>

<p>Estas acciones conformaran el 60% restante.</p> <p>Cada docente podrá distribuir de forma particular, atendiendo a estas premisas, el peso crediticio dedicado a clases presenciales, seminarios y tutorías. Así como la carga de trabajo individual y en grupo del alumno</p>	<p>acciones y estímulos del marketing (publicidad, envoltorios, ambientes de almacenaje...) y la influencia social de los ensayos, y examinamos donde se lesionan los intereses del consumidor.</p> <p>La segunda perspectiva aplicada es aquella del gerente de marketing: los especialistas en marketing que comprenden como los consumidores piensan, sienten y actúan, serán capaces de diseñar programas de marketing más efectivos, y de obtener una ventaja competitiva en el mercado.</p> <p>La materia incide en la comprensión de los procesos de aprendizaje, juicio y toma de decisiones de los consumidores, ya que estas áreas proveen del mayor entendimiento para ambas perspectivas.</p> <p>Dentro de esta materias se marcaran asignaturas optativas que trataran los siguientes temas, entre otros:</p> <p>Segmentación de mercado y posicionamiento de estrategias</p> <p>Gestión del producto en el tiempo</p> <p>Planificación de estrategias en marketing</p> <p>Producto, línea de producto y decisiones de marca</p> <p>Decisión de precios</p> <p>Comunicación y marketing</p> <p>Distribución</p> <p>e-marketing</p> <p>Comportamiento del consumidor: motivación, percepción y aprendizaje</p> <p>Comunicación e influencia del entorno</p> <p>Cambios en el comportamiento del consumidor</p> <p>Métodos cuantitativos en marketing: Escalas multidimensionales, análisis cluster y de correspondencia, regresión no paramétrica y modelos de clasificación</p> <p>Aproximación al mundo empresarial.</p>
---	--

ASIGNATURAS MATERIA 1: MARKETING 16 ECTS

Dentro de esta materia, los alumnos tienen la posibilidad de elegir 4 asignaturas optativas pertenecientes al *Máster Universitario en Marketing/MSc in Marketing* impartido por la UPF Barcelona School of Management:

- Marketing Relational / Relational Marketing (4ECTS)
- Shopper Marketing (Precio y Promociones) / Shopper Marketing (Pricing and Promotions) (4ECTS)
- Shopper Marketing (Distribución) / Shopper Marketing (Retail) (4ECTS)
- Nuevos temas en Comunicación de Marca / New Topics in Marketing Management (4ECTS)

Herramientas analíticas de marketing 4 ECTS

Expresamente, los objetivos de curso son:

- Le ayudan a entender como técnicas analíticas y modelos cuantitativos pueden realzar(mejorar) la toma de decisiones por convirtiendo datos e información a perspicacias(ideas) y decisiones.

- Le ayudan a aprender a ver fenómenos de marketing y procesos de los modos que son dóciles con el análisis cuantitativo.
- Le exponen a un número de ejemplos del empleo acertado de comercializar analytics
Specifically, the course objectives are to:
 - *Help you understand how analytical techniques and quantitative models can enhance decision-making by converting data and information to insights and decisions.*
 - *Help you learn to view marketing phenomena and processes in ways that are amenable to quantitative analysis.*
 - *Expose you to a number of examples of the successful use of marketing analytics*

Comportamiento del consumidor 4 ECTS

- * Introducción
- * Organización de sesiones de instrucciones
- Las bases evolutivas de consumo
- Las bases evolutivas de consumo
- Grupo de Percepción de Consumidor 1
- Motivación de Consumidor: reconocimiento de necesidad Grupo 2
- Preferencias de consumidor (Formación de Actitud y Cambio)
- Toma de decisiones de Consumidor
- Consumidor que Aprende Grupo 5
- Personalidad y Grupo de Comportamiento de Consumidor 6
- Consumidores en su ajuste social
- * *Introduction*
- * *Organization of tutorial sessions*
- Evolutionary bases of consumption*
- Evolutionary bases of consumption*
- Consumer Perception Group 1*
- Consumer Motivation: need recognition Group 2*
- Consumer preferences*
- (Attitude Formation and Change)*
- Consumer Decision Making*
- Consumer Learning Group 5*
- Personality and Consumer Behavior Group 6*
- Consumers in their social setting*

Investigación de marketing 4 ECTS

Técnicas de planificación, recogida y análisis para la investigación de mercado conectado a los problemas de marketing.
Skills of planning, withdrawal and analysis for the investigation(research) of market connected to the problems of marketing.

Estrategia de marketing 4 ECTS

Utiliza un juego de simulación que ofrece a estudiantes y profesionales una plataforma sin riesgo para probar teorías y toma de decisiones. De fuerzas competitivas a los efectos de ventas, distribución, R*D y la publicidad, cada aspecto es verdadero. Los equipos consiguen sus resultados inmediatamente, y lo usan para refinar sus decisiones con el tiempo. Markstrat es diseñado para aprender conceptos de marketing estratégicos, como: Estudios del mercado; segmentación de mercado; precio, producto y estrategias de distribución, como todos nosotros R*D, finanzas, producción y acciones de recursos humanos.

Markstrat game simulation offers graduate students and professionals a risk-free platform for testing theories and making decisions. From competitive forces to the effects of sales, distribution, R&D and advertising, every aspect is real. Teams get their results at once, and use it to refine their decisions over time. Markstrat is designed for learning strategic marketing concepts, such, as: Market research; market segmentation; price, product and distribution strategies, as we all R&D, finance, production and HR actions.

Marketing en Internet 4 ECTS

La interacción de la marca con el consumidor en Internet se ha hecho muy presente y se han vuelto un instrumento crítico para cualquier programa de marketing. En esta clase usted aprenderá (i) las diferentes estrategias disponibles del marketing en internet (ii) instrumentos y técnicas para comercializar un negocio en la web (iii) marketing social y de búsqueda (iv) Online advertising v) tendencias emergentes en marketing en base al Internet.

The interaction between the consumer and the brand Online has become pervasive and a critical tool for almost any marketing program in place. In this class you will learn (i) the different strategies available in Internet Marketing (ii) tools and techniques for marketing your web business (iii) social and search marketing (iv) Online advertising (v) emerging trends in marketing through the Net.

Comunicaciones Integradas 4 ECTS

Gestión integrada de las decisiones de comunicación conectadas con la función de marketing de una empresa.

Integrated management of the decisions of communication connected with the function of marketing of a company.

Marketing Digital 4 ECTS

Herramientas y técnicas conectadas con la gestión del marketing y la comunicación.

Tools connected with the management of the marketing and the communication.

Aproximación al mundo empresarial 8 ECTS

Esta asignatura pretende poner al estudiante en contacto con la empresa para poder analizar desde la perspectiva de la misma todos y cada uno de los elementos aprendidos a lo largo del curso. Podría asimilarse a una estancia o internship o práctica externa.

This subject tries to put the student in touch with the company to be able to analyze from the perspective of the same one each and every of the elements learned along the year. It might assimilate a stay or internship or external practice.

Materia 3: Contabilidad y Finanzas

16 ECTS

Distribuidos en:

- 1) Clases presenciales
- 2) Seminarios académicos,
- 3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje.

Estas acciones conformaran el 40% del peso crediticio de cada materia.

Fuera del aula se combinará el:

- 4) Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto),

- 5) Estudio personal y

- 6) Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos, etc.).

Estas acciones conformaran el 60% restante.

Cada docente podrá distribuir de forma particular, atendiendo a estas premisas, el peso crediticio dedicado a clases presenciales, seminarios y tutorías. Así como la carga de trabajo individual y en grupo del alumno

La gestión de operaciones ha sido y es un elemento clave en la mejora de la productividad de las empresas. Crear una ventaja competitiva a través de las operaciones requiere una comprensión de los principales elementos de las operaciones. Una buena gestión de las operaciones puede dotar una ventaja significativa a una empresa

El objetivo de esta materia es estudiar los modelos actuales utilizados en la dirección de la producción y de las operaciones.

Dentro de esta materias se marcaran asignaturas optativas que trataran los siguientes temas, entre otros:

Planificación y Control de Operaciones

Gestión de Calidad de Proveedores

Transporte y logística

Estrategia de Producción

Integración de Sistemas de Manufactura

Gestión de Cadena de Abastecimiento

Gestión de Automatización

Gestión de Mejoras de Procesos

Gestión de Operaciones

Aproximación al mundo empresarial.

ASIGNATURAS MATERIA 2: GESTIÓN DE OPERACIONES

Gestión de operaciones 4 ECTS

La Dirección de Operaciones (OM) es una de las áreas claves funcionales en cualquier organización o empresa que trata con la producción de bienes y servicios. Se ocupa de la dirección de los procesos que transforman entradas (materiales, trabajo, energía, clientes) en salidas de bienes y servicios. Vamos a seguir desde un punto de vista muy práctico, estudiando casos de negocio y solucionando ejercicios.

Operations Management (OM) is one of the key functional areas in any organization or company that deals with the production of goods and services. It is concerned with managing the processes that transform inputs (materials, labor, energy, customers) into outputs (goods and services).

We are going to do so from a very practical standpoint, studying business cases and solving exercises.

Métodos cuantitativos 4 ECTS

El área de métodos cuantitativos para la toma de decisiones usa el método científico como la base para

investigar y ayudar tomar decisiones sobre los problemas complejos de las organizaciones. El objetivo de este curso es de equipar a los participantes con los instrumentos relevantes y técnicas para usos en la solución de problemas directivos. El foco de este curso estará sobre los usos de métodos cuantitativos en situaciones de negocio.

The area of quantitative methods for decision making uses the scientific method as the basis to research and help make decisions on complex problems of the organizations. The purpose of this course is to equip the participants with the relevant tools and techniques for applications in solving managerial problems. The focus of this course will be on applications of quantitative methods in business situations. The methodology of the course is based on what is known as Operations Research, a science that offer to the decision maker different quantitative methodologies in order to make decisions. The objective of the course is to learn the fundamental concepts, the quantitative models, up to date solution techniques in problem solving and complex decision making.

Technologías para la gestión del negocio en Internet / E-Business Technology and Management 4 ECTS

Internet es hoy en día la herramienta que más está revolucionando el ámbito de gestión de empresa. Internet dispone de tantas definiciones como aplicaciones se ejecutan en la misma, aparece como un conjunto de infraestructuras y tecnologías transparentes mantener viva la red. Este curso se centra en ofrecer una visión clara de las infraestructuras de Internet, desde un enfoque top-down. El objetivo es presentar cómo la red está organizada como una infraestructura, la evolución de las tecnologías y su impacto en las organizaciones que se basa en Internet como principal canal de comunicación, la distribución o la creación de redes de conocimiento. El curso también incluye un debate abierto sobre los proyectos de código abierto y su impacto en las organizaciones, la seguridad en la red y las cuestiones éticas y de privacidad con respecto a las organizaciones e Internet como un lugar de negocios.

Internet is nowadays the most challenging tool in the managing arena. Internet has as many definitions as applications running on top of it, but a set of transparent infrastructures and technologies keep the network alive. This course is focused in providing a clear view of the infrastructures supporting Internet, from a top-to-bottom approach. The aim is to present how the network is organized as an infrastructure, the evolution of the technologies and its impact in the organizations that relies in Internet as the main channel for communication, distribution or knowledge networking. The course also includes open discussions on opensource projects and its impact on the organizations, the security on the net and ethical and privacy issues regarding to the organizations and Internet as a business place.

Métodos cuantitativos avanzados 4 ECTS

Análisis avanzado de los métodos cuantitativos aplicados a la gestión.
Advanced analysis of the quantitative methods applied to the management.

Benchmarking y Control de Gestión de la Empresa 4 ECTS

Gestión del big data para conseguir conocimiento competitivo que permita mejorar la toma de decisiones.
Management of the big data back to obtain competitive knowledge that allows to improve the capture of decisions.

Aproximación al mundo empresarial 8 ECTS

Esta asignatura pretende poner al estudiante en contacto con la empresa para poder analizar desde la perspectiva de la misma todos y cada uno de los elementos aprendidos a lo largo del curso. Podría asimilarse a una estancia o internship o práctica externa.
This subject tries to put the student in touch with the company to be able to analyze from the perspective of the same one each and every of the elements learned along the year. It might assimilate a stay or internship or external practice.

Logística y Gestión de la Cadena de Suministro / Logistics and Supply Chain Management

La Logística Empresarial es la función empresarial que gestiona, implementa y controla el eficiente y eficaz flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada entre el punto de origen y el punto de consumo con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes. Todos los negocios se encuentran dentro de una cadena logística, y a día de hoy, es estratégico para la mayoría de las empresas poder optimizar estas actividades y procesos a lo largo de esta cadena. La gestión eficiente de las actividades logísticas es hoy un gran desafío para la mayoría de las empresas, debido a su importancia para la competitividad y el rendimiento empresarial.

En este curso, se desarrollarán y se discutirán temas y cuestiones clave en la gestión logística, las aplicaciones de las herramientas analíticas y metodologías en las diferentes áreas de la logística, así como la discusión de varias prácticas y casos reales de empresas exitosas.

Objetivos:

- 1) Aprender las habilidades fundamentales y los conceptos de Logística y Gestión de la Cadena de Suministro;
- 2) Aprender a desarrollar y aplicar herramientas analíticas, enfoques y técnicas utilizadas en la gestión y los sistemas de decisión logística;
- 3) Proporcionar ejemplos de gestión estratégica y operativa de logística y estudios de casos de diferentes industrias.

Business Logistics is the business function that manages, implements, and controls the efficient and effective flow and storage of goods, services and related information between the point of origin and the point of consumption in order to meet customers' requirements. Every business is within a logistics chain, and in our days, being able to optimize these activities and processes along this chain is strategic for most companies. The efficient management of the logistics activities is today a big challenge for most companies due its importance for business competitiveness and performance.

In this course, it will be developed and discussed key topics and issues in Logistics Management, the applications of analytic tools and methodologies in different areas of Logistics, as well as the discussion of several practical and real cases of successful companies.

Aims:

- 1) *Learn the foundational skills and concepts for Logistics and Supply Chain Management;*
- 2) *Learn how to develop and apply analytic tools, approaches, and techniques used in logistics decision systems and management;*
- 3) *Provide strategic and operational logistics management examples and case studies of different industries.*

Ciencias de la Computación para Líderes Empresariales / Computer Science for Business Leaders

Diseñado especialmente para líderes empresariales, este curso ofrece un enfoque a la ciencia de la computación enfatizando el alto nivel de dominio de los conceptos y decisiones de diseño. A través de una combinación de instrucción técnica, discusión de casos de estudio y ejercicios prácticos, este curso permite a los directores y líderes- incluso aquellos con habilidades tecnológicas limitadas- pensar de forma más metódica, resolver problemas de manera más eficiente y tomar decisiones tecnológicas. Los temas incluyen computación en la nube, redes, privacidad, escalabilidad, seguridad y más, con particular énfasis en tecnologías web y móviles.

Objetivos

- Conocer los conceptos fundamentales de la ciencia de la computación y la programación
- Obtener una mejor comprensión de la jerga técnica y conceptos de diseño
- Explorar cómo el pasado y el presente de las tecnologías afectan a las futuras innovaciones
- Conversar con más confianza y planificar de manera más eficaz con los ingenieros
- Mejorar la habilidad para tomar decisiones tecnológicas con mejor fundamento

Designed especially for business leaders, this course takes an approach to computer science emphasizing mastery of high-level concepts and design decisions. Through a mix of technical instruction, discussion of case studies, and hands-on exercises, this course empowers managers and leaders—even those with limited technological skills—to think more methodically, solve problems more efficiently and make technological decisions. Topics include cloud computing, networking, privacy, scalability, security, and more, with a particular emphasis on web and mobile technologies.

Aims

- *Learn the fundamental concepts of computer science and programming*
- *Gain a better understanding of technical jargon and design concepts*
- *Explore how past and present technologies impact future innovations*
- *Converse more confidently and plan more effectively with engineers*
- *Improve the ability to make better-informed technological decisions*

Ciencia de Datos Prácticos para la Gestión de Operaciones / Practical Data Science for Operations Management

La Ciencia de Datos (DS) y el Aprendizaje de Máquinas (ML) están pasando de ser enfoques especializados dirigidos a una audiencia de nicho, para convertirse en herramientas esenciales en cualquier industria. Con este curso práctico, adoptamos un enfoque práctico para seleccionar herramientas de DS. Obtendremos ejemplos de aprendizaje supervisado y no supervisado, y veremos cómo los conocimientos obtenidos del análisis de datos pueden resultar tanto en una mejor comprensión de los datos existente como en mejores pronósticos. Abordaremos problemas "clásicos", como la regresión, segmentación y clasificación. Veremos que, con la ayuda de herramientas modernas, es fácil

utilizar herramientas de Aprendizaje de Máquinas extremadamente potentes para proporcionar respuestas precisas a preguntas empresariales que hace unos años hubiesen quedado sin respuesta.

Data Science (DS) and Machine Learning (ML) are moving from being specialized approaches aimed at a niche audience, to becoming essential tools in any industry. With this course we take a practical, hands-on approach to select DS tools. We will draw from examples of both supervised and unsupervised learning, and see how insights obtained from data analysis can lead to both a better understanding of existing data, and improved forecasts. We will approach “classical” problems such as regression, clustering, and classification. We will see that, with the help of modern tools, it is easy to use extremely powerful Machine Learning tools to provide accurate answer to business questions that would have gone unanswered just a few years ago.

Materia 3: Contabilidad y Finanzas

16 ECTS

Distribuidos en:

- 1) Clases presenciales
 - 2) Seminarios académicos,
 - 3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje.
- Estas acciones conformaran el 40% del peso crediticio de cada materia.

Fuera del aula se combinará el:

- 4) Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto),
- 5) Estudio personal y
- 6) Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos, etc.).

Estas acciones conformaran el 60% restante.

Cada docente podrá distribuir de forma particular, atendiendo a estas premisas, el peso crediticio dedicado a clases presenciales, seminarios y tutorías. Así como la carga de trabajo individual y en grupo del alumno

Esta materia es una introducción a los principales conceptos relacionados con la contabilidad financiera.

Su principal objetivo es proporcionar a los estudiantes una comprensión funcional de declaraciones contables y financieras para identificar los puntos fuertes y débiles relacionados con la situación económica y financiera de una empresa. Esto permitirá a los estudiantes identificar las medidas a tomar en conexión con las inversiones de la compañía, los préstamos bancarios y otras decisiones que pueden mejorar los resultados de la misma.

De acuerdo con las diferencias internacionales de la contabilidad, la materia está diseñada con una orientación internacional.

Además, la materia provee de una perspectiva crítica de la contabilidad tratando con temas tales como la contabilidad creativa y la manipulación de la contabilidad para ayudar al estudiante a identificar estas prácticas.

Dentro de esta materias se marcaran asignaturas optativas que trataran los siguientes temas, entre otros:

Diseño de cuadro de mando integral e información corporativa

Informes financieros y standards contables: balances y cuenta de beneficios y pérdidas

Análisis dl balance y flujos de caja

Análisis de la cuenta de resultados, la rentabilidad y los ratios de las acciones

Análisis de la gestión del capital de trabajo

Análisis de los informes financieros de predicción

Valor añadido económico y valor de mercado de la empresa

Diferencias en la contabilidad de países: IAS, US GAAP, directrices europeas y el Plan General de Contabilidad español.

Manipulación de cuentas y la contabilidad “creativa”

	Aproximación al mundo empresarial.
ASIGNATURAS MATERIA 3: CONTABILIDAD Y FINANZAS	
<u>Financiación para las start ups 4 ECTS</u>	
<p>Revisión exhaustiva de las posibilidades de financiación de una start up. <i>Exhaustive review of the possibilities of financing of a start up.</i></p>	
<u>Buenas prácticas en nuevas aventuras de negocio 4 ECTS</u>	
<p>Presentación de casos reales de creación de empresas para definir las mejores prácticas en el campo. <i>Presentation of real cases of entrepreneurship to define the best practices in the field.</i></p>	
<u>Aproximación al mundo empresarial 8 ECTS</u>	
<p>Esta asignatura pretende poner al estudiante en contacto con la empresa para poder analizar desde la perspectiva de la misma todos y cada uno de los elementos aprendidos a lo largo del curso. Podría asimilarse a una estancia o internship o práctica externa. <i>This subject tries to put the student in touch with the company to be able to analyze from the perspective of the same one each and every of the elements learned along the year. It might assimilate a stay or internship or external practice.</i></p>	
<u>Mercados e instituciones financieras 4 ECTS</u>	
<p>Esta optativa estará destinada a describir las instituciones financieras y los mercados y qué papel juegan en el entorno empresarial. También se desarrollarán una serie de aplicaciones de principios económicos y financieros que exploran la conexión entre mercados financieros, instituciones financieras y economía. Por el lado de los mercados financieros, vamos a tratar (i) la estructura temporal de tasas de interés, (ii) las acciones, y proporcionar una (iii) introducción a derivados y divisas. Por el lado de las instituciones, vamos a considerar (i) bancos comerciales, (ii) bancos de inversión, (iii) compañías de seguros, (iv) fondos de inversión, (v) bancos centrales y su papel en la economía. <i>This elective describes financial institutions and markets and determines what is their role in the business environment. It will also develop a series of applications of economic and financial principles that explore the connection between financial markets, economics institutions and the economy in general.</i></p>	
<u>Fusiones y adquisiciones y Gobierno corporativo 4 ECTS</u>	
<p>Esta optativa proporciona a los estudiantes una base sólida en la economía y las finanzas de las fusiones y adquisiciones (M & A). La primera parte se ocupa de las motivaciones detrás de las fusiones y adquisiciones y los mecanismos utilizados por las empresas para ejecutar operaciones corporativas. La segunda parte de este tema expondrá los estudiantes a las problemáticas recientes en la gestión empresarial, desde una perspectiva tanto financiera como legal. Se desarrollará primero un marco conceptual sobre la gobernanza de las empresas. A continuación, se cubrirá el funcionamiento de los diferentes mecanismos de gobierno corporativo. <i>This elective provides students with a solid foundation of the economy and financing of Mergers and Acquisitions. In the first part of the course, students learn the motivations behind mergers and acquisitions and the mechanisms used to execute corporate operations. In the second part of the course, students are exposed to recent problems of business management from the financial and legal perspective.</i></p>	
<u>Finanzas corporativas aplicadas 4 ECTS</u>	
<p>Esta optativa cubrirá los principios y herramientas modernas de valoración. Se creará una base sólida para el modelo de flujo de efectivo descontado mediante el análisis de todas las características y supuestos implícitos en cualquier análisis de valoración, a partir de la estructura temporal de tasas de interés, la estimación de las tasas de descuento, la medición de los flujos de efectivo, el cálculo de las tasas de crecimiento. Tiene por objeto garantizar una plena comprensión de los supuestos explícitos e implícitos que subyacen a los modelos modernos de valoración. <i>This elective specializes in teaching the principles and tools of modern valuation. It develops a solid base for understanding the discounted cash flow model based on the analysis of all characteristics, implicit assumptions, temporal structure of interest rates, estimation of discount rates, measurement of cash flows and growth rates.</i></p>	
<u>Gestión de instituciones financieras 4 ECTS</u>	
<p>Esta optativa se centrará en la gestión de los bancos comerciales y otras instituciones de depósito. Desarrollando un enfoque de riesgo, se insistirá en las estrategias de banca comercial en sus dimensiones de riesgo. Se prestará especial atención al riesgo de crédito y a la medición y gestión del riesgo de liquidez. Se tendrá en cuenta la dimensión institucional, ya que es parte del medio ambiente de los bancos. También se discutirá cómo la reciente crisis bancaria ha afectado dramáticamente los bancos. Temas que se incluirán son: (i) intermediación financiera, (ii) riesgos del banco, (iii) riesgo de crédito, (iv) otros intermediarios financieros. <i>This elective includes topics related with the management of commercial banks and other deposit-taking institutions. It develops a risk focus that will highlight banking strategies and risk dimensions. The course particularly focuses on credit risk and measurement and management of liquidity risk. It will take into account the institutional dimension of banking.</i></p>	

Gestión de riesgos y derivados 4 ECTS

Esta optativa ofrecerá una visión general de las fuentes de riesgo más importantes dentro de las empresas financieras y no financieras. Al tener una perspectiva amplia de la empresa, se presenta una visión global de cómo las diferentes fuentes de riesgo deben ser monitoreadas y administradas. También se ofrecerá una introducción a los contratos de derivados. Estos contratos tienen un papel importante en los mercados financieros actuales. Los contratos de derivados se negocian sobre un gran número de subyacentes, tales como acciones, commodities, tipos de cambio, tasas de interés, etc. Los estudiantes deben entender cómo estos instrumentos pueden ser utilizados.

This elective will offer a general overview of the most important sources of risk within financial and non-financial companies. Having a broad view of the enterprise, this course will provide a global vision of how these different sources of risk should be monitored. It will also provide an introduction to derivatives. Derivatives contracts can be negotiated with a broad number of underlying assets (stocks, commodities, exchange rates, interest rates, etc.). Students have to understand how to use these instruments.

Materia 4 Estrategia y liderazgo

16ECTS

Distribuidos en:

- 1) Clases presenciales
- 2) Seminarios académicos,
- 3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje.

Estas acciones conformaran el 40% del peso crediticio de cada materia.

Fuera del aula se combinará:

- 4) Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto),

- 5) Estudio personal y

- 6) Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos, etc.).

Estas acciones conformaran el 60% restante.

Cada docente podrá distribuir de forma particular, atendiendo a estas premisas, el peso crediticio dedicado a clases presenciales, seminarios y tutorías. Así como la carga de trabajo individual y en grupo del alumno

El principal objetivo de esta materia es exponer a los estudiantes a los diferentes aspectos de las decisiones que permiten a las compañías tener éxito cuando compiten en el mercado bajo diferentes circunstancias, también prestando atención a los factores que permiten que ese éxito persista.

Más que en los temas de gestión diaria, el enfoque se dará a aquellas decisiones mayores que implican una cantidad sustancial de recursos (tales como aquellas a escala de empresa, elección de mercados y productos o la decisión de una firma ya establecida de rechazar o no a un nuevo competidor).

La materia recurrirá al pensamiento económico y la teoría de la decisión para definir conceptos y construir un marco coherente para el análisis competitivo a nivel de la industria y las firmas y la toma de decisiones estratégicas.

Dentro de esta materias se marcaran asignaturas optativas que trataran los siguientes temas, entre otros:

Árboles de decisión y dominancia estocástica

Decisión y riesgo: Prospect theory

Problemas dinámicos bajo incertidumbre

Interacción competitiva en los mercados de productos

Dinámicas competitivas en industrias oligopolísticas

Análisis industrial

Posicionamiento estratégico para la ventaja competitiva

Los orígenes de la ventaja competitiva: innovación, evolución y el entorno.

Entrepreneurship / Creación de empresas.

Aproximación al mundo empresarial.

ASIGNATURAS MATERIA 4: ESTRATEGIA Y LIDERAZGO

Toma de decisiones / Decision Making 4 ECTS

Este curso proveerá de estudiantes de una comprensión básica de algunas ideas principales y los instrumentos solían estudiar la toma de decisiones y situaciones en las cuales las decisiones tienen que ser hechas. La toma de decisiones es un campo interdisciplinario de estudio, que toma ideas e instrumentos de disciplinas como la economía, la psicología, la dirección, la filosofía, o matemáticas.

This course will provide students with a basic understanding of some of the main ideas and tools used to study decision making and situations in which decisions have to be made. Decision making is an interdisciplinary field of study, which takes ideas and tools from disciplines such as economics, psychology, management, philosophy, or mathematics.

Economía conductual 4 ECTS

El objetivo de este curso es de proveer de estudiantes de una introducción y la descripción de investigación en la toma de decisiones conductual con un énfasis particular sobre el trabajo que ha sido influyente en la economía conductual. Esto es un campo interdisciplinario que utiliza el conocimiento en la psicología y la economía y esto tiene muchos usos prácticos. La clase será conducida en el estilo de seminario. Esperarán que estudiantes vengan a la clase se dispuso a hablar de las lecturas asignadas y, en el curso del término, requerirán que cada estudiante conduzca la discusión de un paper.

The purpose of this course is to provide students with an introduction and overview of research in behavioral decision making with a particular emphasis on work that has been influential in behavioral economics. This is an interdisciplinary field that draws on knowledge in psychology and economics and that has many practical applications. The class will be conducted in seminar style. Students will be expected to come to class prepared to discuss the assigned readings and, in the course of the term, each student will be required to lead the discussion of a paper.

Estrategia de productos tecnológicos / Technology Strategy 4 ECTS

Este curso dirige que determina la ventaja competitiva de una firma y aplica instrumentos de la organización microeconomía e industrial a la toma de decisiones de negocio.

El curso confiará en el análisis de estudios de caso.

This course addresses what determines the competitive advantage of a firm and applies tools from microeconomics and industrial organization to business decision making. The course will rely on the analysis of case studies.

Cómo crear una nueva compañía 4 ECTS

Retos de la emprendeduría. El proceso empresarial. Las diferencias entre la perspectiva del fundador de la empresa y las perspectivas de la compañía financiada. La diferencia entre capital empresarial, equidad privada, estado primario y fuentes tradicionales de financiación. Uso de diversas técnicas de financiación. Acercamiento a una fuente de capital empresarial y presenta tu idea.

The challenges of entrepreneurship. The entrepreneurial process. The difference between the founder's perspectives and those of the company being financed. The difference between venture capital, private equity, early stage and traditional financing sources. The use of different financing techniques.

The approach to a venture capital source and present your idea.

Como crear un plan de negocios 4 ECTS

Análisis de la viabilidad de una idea para empezar una nueva empresa. Los componentes de un plan de negocio empresarial. Reconocer y valorar una oportunidad. Desarrollo de un plan de negocio preliminar.

Analyze the feasibility of an idea to start up a new venture. The components of an entrepreneurial business plan. Recognize and value an opportunity. The development of a preliminary business plan.

Estrategia empresarial y emprendimiento / Business Strategy and Entrepreneurship 4 ECTS

Este curso familiariza a los estudiantes con los retos que emprendedores y corporaciones enfrenta en términos de asignación de recursos para la creación de valor.

This course is designed to familiarize students with the challenges entrepreneurs and corporations face when making strategic choices related to resource allocation and value creation. Topics discussed include tools in strategy and entrepreneurship, innovation strategy, diversification and corporate strategy, cooperative strategies, and global strategy.

Optimización de ingresos y gestión de precios / Pricing and Revenue Optimization 4 ECTS

Técnicas cuantitativas y financieras para la estrategia de ventas, definición de precios y proyección de ingresos empresariales.

Quantitative and financial tools for the strategy of sales, definition of prices and projection of managerial

income.

Aproximación al mundo empresarial 8 ECTS

Esta asignatura pretende poner al estudiante en contacto con la empresa para poder analizar desde la perspectiva de la misma todos y cada uno de los elementos aprendidos a lo largo del curso. Podría asimilarse a una estancia o internship o práctica externa.

This subject tries to put the student in touch with the company to be able to analyze from the perspective of the same one each and every of the elements learned along the year. It might assimilate a stay or internship or external practice.

Contextos de toma de decisión 4 ECTS

En entornos complejos, la gente toma decisiones de manera rutinaria que no siempre entiende. En ese contexto, no pueden evaluar conscientemente las posibles alternativas para todas sus características y tomar una decisión maximizando su utilidad. Sin embargo, la gente todavía toma decisiones y carga con las consecuencias de estas elecciones. ¿Cómo lo hacen para gestionarlo y lidiar con ello? En esta optativa, hablaremos sobre el conocimiento de última generación relacionado con la toma de decisiones en entornos complejos. Nos centraremos en una variedad de parámetros ambientales como el ambiente organizativo, la posición en las redes sociales, en un estatus jerárquico o el contexto político y cultural. Aplicaremos una serie de perspectivas teóricas (por ejemplo, la psicología cognitiva y social, la decisión científica, la estratégica empresarial, contabilidad de gestión, reportajes financieros, operaciones de gestión, comportamiento organizativo).

People routinely make choices in complex environments they do not fully understand. In such settings, they cannot consciously evaluate the available alternatives on all their attributes and then make a utility-maximizing choice. Nevertheless, people still make choices and bear the consequences of these choices. How do they manage to do this and how do they deal with this? In this elective, we will discuss state-of-the-art knowledge about how people decide such complex environments. We will focus on a variety of environmental parameters such as the organizational environment, the position in a social network, in a status hierarchy or the political and cultural context. We will invoke a number of different theoretical perspectives (e.g. cognitive psychology & social psychology, decision science, business strategy, managerial accounting, financial reporting, operations management, organizational behavior).

Gestion para empresas intensivas en tecnología / Management of Technology based Organizations 4 ECTS

Tecnología e innovación se han convertido en elementos clave para competir con éxito en una economía global. Pero innovar una sola vez no es suficiente. La innovación debe ser un proceso que permea todas las funciones empresariales, productos y servicios. Es algo que no sólo "pasa" por su cuenta, debe ser nutrido y gestionado de forma coherente y no todas las empresas lo hacen bien.

Este curso se introduce a los estudiantes a los conceptos centrales clave para manejar la tecnología y la innovación en las organizaciones. A través de este curso, vamos a explorar lo que significa la innovación a una empresa, cómo definir estrategias efectivas y construir estructuras de organización para promover la innovación y cómo gestionar la innovación y la tecnología con más éxito. Vamos a examinar las cuestiones más importantes que las empresas deben hacer frente para entender y lograr la innovación y explorar el entorno externo que rodea las empresas, así como sus estructuras internas y las competencias básicas.

Technology and innovation have become key elements to compete successfully in a global economy. But innovating once is not enough. Innovation must be a process that permeates all business functions, products and services. It is something that does not just "happens" on its own, it must be nurtured and managed consistently. And not all companies do it well

This course introduces students to key concepts central to managing technology and innovation in organizations. Through this course, we shall explore what innovation means to a firm, how to define effective strategies and build organizational structures to promote innovation and how to manage innovation and technology more successfully. We will examine the major issues that firms must face to understand and achieve innovation and explore the external environment surrounding businesses as well as their internal structures and core competencies.

Materia 5 Racionalidad y Valores éticos en la Empresa

16 ECTS

Distribuidos en:

- 1) Clases presenciales
- 2) Seminarios académicos,
- 3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje.

Como analizar aspectos insospechados de la vida empresarial. Para tal fin, esta materia se enfoca a tres objetivos principales:

- 1) Analizar el contexto global en el que los temas sociales, políticos, ambientales y éticos se vuelven de la mayor importancia para los negocios; por lo

<p>Estas acciones conformaran el 40% del peso crediticio de cada materia.</p> <p>Fuera del aula se combinará el:</p> <p>4) Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto),</p> <p>5) Estudio personal y</p> <p>6) Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos, etc.).</p> <p>Estas acciones conformaran el 60% restante.</p> <p>Cada docente podrá distribuir de forma particular, atendiendo a estas premisas, el peso crediticio dedicado a clases presenciales, seminarios y tutorías. Así como la carga de trabajo individual y en grupo del alumno</p>	<p>tanto, reclamando nuevas aproximaciones a la comprensión del papel de la empresa.</p> <p>2) Preparar a los participantes para analizar racionalmente las compensaciones específicas entre la creación de valores empresariales y valores éticos (dilemas éticos empresariales) con el ánimo de evitar las muchas trampas que dichas compensaciones crean.</p> <p>3) Inspirar a los participantes para crear, aprovechar y cultivar nuevas oportunidades hacia una relación mutuamente beneficiosa entre la empresa, la gente, la sociedad y el entorno, con el objetivo de ayudar a los participantes a realizarse durante su futura carrera.</p> <p>Los temas de la materia cubrirán algunas dimensiones clave de la empresa (estrategia, marketing, finanzas, operaciones, recursos humanos, comunicación, etc.) usando estudio de casos (mayoritariamente basados en situaciones reales) y artículos académicos cuidadosamente seleccionados.</p> <p>Se propondrá, discutirá e ilustrará un marco riguroso de toma de decisiones, con herramientas y estrategias típicas, tanto a nivel individual como a nivel corporativo.</p> <p>Para futuros estudiantes de doctorado, se identificarán y discutirán relaciones con la investigación actual en los valores éticos de las ciencias empresariales.</p> <p>Dentro de estas materias se marcarán asignaturas optativas que tratarán los siguientes temas, entre otros:</p> <p>Empresa global y medio ambiente</p> <p>Responsabilidad social corporativa</p> <p>Empresa, ética y beneficios</p> <p>Empresas multinacionales y políticas nacionales</p> <p>Mercados laborales globales</p> <p>Comunicación y crisis ética</p> <p>Riesgos tecnológicos</p> <p>El individuo, la empresa y la corrupción</p> <p>Aproximación al mundo empresarial.</p>
---	---

ASIGNATURAS MATERIA 5: RACIONALIDAD Y VALORES ÉTICOS EN LA EMPRESA

Racionalidad 4 ECTS

Cómo gestionar la empresa siguiendo los principios de racionalidad humanísticos y que incorporen a todos los stakeholders.

How to manage the company following the humanistic beginning of rationality and that should incorporate all the stakeholders.

Ética y Liderazgo sostenible / Ethics and Sustainability Leadership 4 ECTS

Este curso trata las motivaciones detrás de las decisiones de negocio y entrena a líderes en como adoptar de forma proactiva la transformación de sus negocios hacia la sostenibilidad.

1. *The course addresses leaders' motivations behind business decisions as well as the many opportunities for decision failures. Beyond the paradigm that business is just about making money, the course decodes the intricate discourses that can hide the most difficult challenges leaders are facing today.*
2. *The course identifies and trains the attitudes and actions that leaders can choose to pro-actively adopt in order to express their full potential and become an inspiration for others.*
3. *The course also takes a systemic approach to inspire students to participate actively in the current transformation towards sustainable business.*

Aproximación al mundo empresarial 8 ECTS

Esta asignatura pretende poner al estudiante en contacto con la empresa para poder analizar desde la perspectiva de la misma todos y cada uno de los elementos aprendidos a lo largo del curso. Podría asimilarse a una estancia o internship o práctica externa.

This subject tries to put the student in touch with the company to be able to analyze from the perspective of the same one each and every of the elements learned along the year. It might assimilate a stay or internship or external practice.

Negociaciones / Negotiation Management 4 ECTS

Negociaciones (con temas como negociaciones distributivas e integrativas, creación de valor, negociaciones multi-banda, las emociones en las negociaciones y negociaciones cross-culturales).

Management of negotiations of different types and between different cultures for maximum value creation. Issues discussed in the course include Claiming Value, Creating Value, Team Negotiation, Influence, trust, emotions, conflicts and mediation, 3D negotiation, multi-party negotiations, and cultural differences.

Los sectores de la tecnología y el IT / Technology & IT sector 4 ECTS

El mercado europeo y mundial de tecnologías de información y comunicación es el tema central de este curso. Los contenidos están orientados a proporcionar una visión profunda de la estructura del mercado, los principales subsectores y sus tendencias en términos de ingresos, las inversiones y el empleo con respecto a las tecnologías de entrada y tratar de medir su impacto y perspectivas en el futuro. La competencia en los servicios TIC y aplicaciones diferentes, desde una perspectiva europea es también siempre, siempre que el panorama que incluye no sólo las empresas de TIC principal sino también los órganos administrativos para la regulación y normalización en este sector.

The European and worldwide market for information and communication technologies is introduced in this course. The contents are oriented to provide a first review of the market structure, the main sub-sectors and its trends in terms of revenues, investments and employment regarding to incoming technologies and trying to measure and prospect its impact in the next future. The competition for different ICT services and applications, from an European perspective is also provided, providing the big picture including not only the ICT main companies but also the administrative bodies for regulation and standardization in this sector.

Actividades formativas

Más allá de las clases ofrecidas por los profesores de las distintas asignaturas, una parte importante del tiempo docente y de aprendizaje se centrará en la discusión de los principales desafíos a los que se enfrenta los temas económicos asociables con los diferentes perfiles. La participación en clase y la capacidad de crítica serán componentes fundamentales del proceso.

La metodología en este modulo consta de clases presenciales, estudio de libros de texto y resolución de ejercicios. La mayor parte de las materias dentro de este módulo responden a objetivos instrumentales: es necesario conocer los fundamentos teóricos de las técnicas utilizadas. No sólo para una mejor comprensión, sino también para ser capaces de considerar la mejora de las técnicas utilizadas, así como la conciencia explícita de sus limitaciones. Paralelamente se desarrollan también competencias transversales relacionadas con la capacidad analítica y crítica, así como la independencia a la hora de afrontar problemas. Para algunas asignaturas basadas en técnicas informáticas los estudiantes disponen de aulas especializadas.

Dentro del aula se combinarán tres tipologías de acción docente: 1) Clases magistrales introductorias, 2) Seminarios de análisis y debate, 3) Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje.

Fuera del aula se combinará el: 4) Trabajo individual y Estudio personal (preparación de exposiciones orales, lectura de artículos, comentarios de textos), y 5) Trabajo en grupo.

Se usarán en las actividades formativas las tecnologías de la información y la comunicación como apoyo y complemento al trabajo en tareas de carácter presencial (aulas en línea, web, escritura colaborativa wiki, blogs...). Las actividades formativas realizadas tanto en el aula como fuera de ella contarán así con el apoyo tecnológico del Campus Global.

Evaluación

La evaluación combinará exámenes y trabajos a realizar por los estudiantes. Su combinación permitirá demostrar tanto el aprendizaje de los temas desarrollados como la habilidad en ofrecer una visión personal sobre las distintas problemáticas económicas. Asimismo, los trabajos permitirán evaluar el grado de adquisición de las distintas competencias. Para afinar este aspecto, algunos de los trabajos podrán ser en grupo. La evaluación de cada una de las materias seguirá la siguiente ponderación: evaluaciones continuadas 20%, examen final 50%, trabajos 20%, participación en clase 10%.

En la asignatura optativa de aproximación al mundo empresarial, se llevará a cabo una evaluación continua por parte del director académico y de un tutor en la empresa. Se deberá llevar a cabo un informe final que especifique los logros y lo relacione con los conocimientos obtenidos en las distintas temáticas de la materia a la que corresponda la asignatura.

Métodos de evaluación por materia

- Evaluación continuada (20-50%)
- Examen final (30-60%)
- Trabajo Final (20-50%)
- Participación en clase (10-30%)

Horas: 120 horas lectivas (por materia)

- Clases magistrales introductorias y Seminarios de análisis y debate: 120 horas (100% presencial)
- Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje: 15 horas (100% presencial)

Fuera del aula se combinará el:

- Trabajo individual y Estudio personal (preparación de exposiciones orales, lectura de artículos, comentarios de textos), y Trabajo en grupo: 265 horas (0% presencial)

Trabajo final de máster	8 ECTS
Competencias generales	
CB6, CB7, CB8, CB9 y CB10.	
Competencias específicas	
E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8, E9	
Resultados de aprendizaje	
<ul style="list-style-type: none"> -Implementar requisitos exigidos a nivel de Máster. -Dominar los aspectos científicos de las bases funcionales de la empresa. -Seleccionar y utilizar herramientas para poder tomar decisiones de gestión en entornos múltiples. -Aplicar técnicas utilizadas a lo largo del Máster. -Dominar un área especialista que demuestra sus conocimientos amplios de la materia y que toma en cuenta investigación reciente en el área. 	
Contenidos	
<p>El trabajo de fin de máster se lleva a cabo durante el tercer trimestre. El apoyo para la elaboración del trabajo lo proporcionará el tutor o tutores del máster.</p> <p>El trabajo de fin de máster tiene por objeto calibrar la madurez adquirida por el estudiante en el dominio de las competencias en su conjunto. No es, por lo tanto, su propósito concentrarse en una competencia en particular, o verificar si se ha alcanzado un nivel adecuado en todas y cada una de ellas (ello ya se habrá hecho en los exámenes, presentaciones y trabajos asociados con cada asignatura y materia). Con el trabajo de fin de máster se pretende algo más intangible, más sutil y más de síntesis, pero no menos importante: evaluar la independencia y, abundando en la expresión, la madurez global.</p> <p>En relación a la normativa vigente en materia de estudios de Máster Universitario, el trabajo final de máster será presentado y defendido públicamente. Los trabajos serán evaluados por una Comisión de Evaluación presidida por el Director del programa.</p>	
Resultados del aprendizaje	
<p>Los estudiantes optan por un área de especialización en conjunto con el tutor asignado del máster. Aunque los estudiantes reciben guía y apoyo del tutor, se espera que puedan demostrar la madurez suficiente para producir un trabajo extendido que demuestre las competencias siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un conocimiento central del área especialista que demuestra sus conocimientos amplios de la materia y que toma en cuenta investigación reciente en el área. - La capacidad de investigar datos relevantes y usarlos para apoyar sus conclusiones - Conocimiento y capacidad de implementar los requisitos y convenciones de investigación a nivel de 	

máster.

Contenidos y actividades formativas.

Durante el tercer trimestre el estudiante elige un área de estudio para su trabajo de fin de máster. Esta área tiene que estar relacionado con los cursos que ha seguido durante el máster. El estudiante acuerda con su tutor el área de investigación y las limitaciones de la investigación que llevará a cabo. Cada estudiante está asignado un tutor que le da apoyo en la producción del trabajo. El estudiante trabaja con el tutor pero el rol de tutor se limitará a guiar y apoyar la producción del trabajo.

Evaluación

El trabajo final de máster será presentado y defendido públicamente. Los trabajos serán evaluados por una Comisión de Evaluación presidida por el Director del Programa.

6. Personal académico

6.1. Profesorado y otros recursos humanos necesarios y disponibles para llevar a cabo el plan de estudios propuesto.

Hemos identificado dentro de la UPF a los profesores que la trabajan en sus respectivos campos de estudio. El Máster tendrá, así, personal académico procedente del Departamento de Economía y Empresa. Orientados por criterios académicos y adecuación de perfil con la materia a realizar, seleccionaremos personal académico de fuera de la UPF.

Todo el personal docente son académicos que tienen como línea de investigación la materia que impartirán, que son conocidos por la calidad de sus estudios específicos, y que tienen todos ellos una vocación de diseminar sus conocimientos en docencia de una forma aplicada y profesional. Todos ellos tendrán instrucciones para que enfoquen sus materias tanto de forma teórica como de una forma muy práctica teniendo en cuenta el perfil académico del Máster.

Se aprovecharán algunas clases para que los alumnos tengan contacto directo con profesionales y técnicos, para provocar un debate con cuestiones prácticas de interés para el alumno.

A continuación se especifica el personal académico, por materias, indicando la categoría académica, su vinculación con la UPF, su experiencia docente e investigadora y su adecuación al ámbito académico.

Tal como muestra la tabla siguiente, el profesorado fijo de la UPF tiene experiencia acreditada, tanto en docencia como en investigación, y es adecuado en el ámbito académico puesto que la docencia e investigación que desempeña está relacionada con la materia que impartirán en el Máster. Todos tienen como línea central de investigación temas relacionados con la dirección financiera y contable. El profesorado tendrá oportunidad de transferir sus conocimientos y principales resultados de investigaciones de una forma instrumental a los estudiantes, además de enmarcar todo el contenido de la docencia en el debate y estado actual de la investigación sobre la materia que impartirá.

PROFESORADO

NÚMERO TOTAL DE PROFESORES QUE IMPARTE EL MÁSTER (BÁSICO)	14
NÚMERO TOTAL DE PROFESORADO DOCTOR QUE IMPARTE EL MÁSTER (BÁSICO)	14

Profesorado	Nivel contractual	Titulación Académica (Grado y Doctorado)	Experiencia Académica y Profesional	Materias que imparten	Líneas de investigación
Kalyan Talluri	Investigador ICREA del Departamento de Economía Empresa de la Universitat Pompeu Fabra	Doctor en Investigación de Operaciones por el Instituto de Tecnología de Massachusetts. Ingeniero mecánico por la Universidad de Osmania.	Ha sido Director de Masters en Management, UPF. Experiencia empresarial en EE. UU.	E-commerce Internet Marketing Gestión de Operaciones	Precios Diseño de redes
Oriol Amat	Catedrático de Universidad de Economía Financiera y Contabilidad del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.	Doctor en Ciencias Económicas por la Universitat Autònoma de Barcelona. Licenciado en Ciencias Empresariales y MBA por ESADE. <i>International Teachers Programme</i> por el <i>Stockholm School of Economics</i> (Suècia).	Ha sido Vicerector de Economía de la Universitat Pompeu Fabra y también Director del Departamento de Economía y Empresa. Ha colaborado como consultor de la Unión Europea en diferentes programas para distintos países de Latinoamérica. Profesor visitante de varias universidades europeas, americanas y asiáticas.	Análisis de empresas. Contabilidad financiera y de gestión Valoración de empresas	Análisis de empresas. Contabilidad financiera y de gestión.

Profesorado	Nivel contractual	Titulación Académica (Grado y Doctorado)	Experiencia Académica y Profesional	Materias que imparten	Líneas de investigación
Michael Bashshur	Investigador Juan de la Cierva del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.	Doctor en Psicología Industrial y de las Organizaciones por la Universidad de Illinois. Licenciado en Psicología por la Universidad de Maryland.			
Michael Greenacre	Profesor permanente de Estadística e Investigación Operativa del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra	Doctor en Estadística por el Instituto de Estadística de la Universidad de París 6. Licenciado en Matemáticas y Estadística Matemática por la Universidad de Ciudad del Cabo. Master en Estadística & Informática por la Universidad de Sud-África.	Vice-dean of the Faculty of Economics and Business Sciences, UPF, for 5 years. Research collaborator with the Fundación BBVA. Statistical adviser to four working groups in the BareCoRe project on the ecology of the Barents Sea	Methods of Marketing Research	Multivariate statistical analysis; Data visualization; Analysis of large data sets (Data mining); Correspondence analysis
Robin Hogarth	Investigador ICREA del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra	Doctor en Administración de Empresas por la Universidad de Chicago. MBA INSEAD (Francia)	Professor at INSEAD, LBS, and the University of Chicago; Deputy Dean, the University of Chicago Booth School of Business	Psychology of decision making; behavioral economics	Human judgment in decision making including risk perception and intuition
Antonio Ladrón de Guevara	Profesor agregado de Comercialización e Investigación de Mercados del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.	Doctor en Economía por la Universidad Carlos III de Madrid. Ingeniero mecánico por la Universidad Simón Bolívar (Venezuela).	Ha desempeñado diversos cargos en Marketing de gran consumo (Procter & Gamble) y Servicios (American Express)	Marketing Management, Marketing Research	Diffusion models, Consumer Choice Models
Andres Hervas-Drane	Profesor visitante de Organización de Empresas del	Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Doctor en	Investigador visitante: London Business School	Business Strategy	Economía de las TIC, regulación, media, comercio

Profesorado	Nivel contractual	Titulación Académica (Grado y Doctorado)	Experiencia Académica y Profesional	Materias que imparten	Líneas de investigación
	Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.	Economía por la Universitat Autònoma de Barcelona.	(2005), Harvard Business School (2006-2008). Investigador postdoctoral: Columbia Business School (2008-2009)		electrónico
Daniel Serra	Catedrático de universidad del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra.	Doctor en Ingeniería por la Universidad Johns Hopkins. Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universitat Autònoma de Barcelona.	Vicerrector de Economía y relaciones institucionales. Consultor de logística tanto en el sector público como privado.	Investigación Operativa Gestión de las operaciones	Supply chain management Localización investigación operativa
Manel Baucells	Catedrático de universidad del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra.	Ingeniero mecánico por la Universidad Politécnica de Catalunya. MBA por el IESE. Doctor en Management por la Universidad de California, Los Angeles.	Ha sido director del departamento de Ciencias de la Decisión en el IESE; miembro del consejo de la Decision Analysis Society; presidente de Empresa Agropecuaria Casa Pages; Miembro del consejo de BALSA.	Análisis de Decisiones	Toma de decisiones, preferencias de los consumidores, la percepción del tiempo.
WalterGarcia-Fontes	Profesor titular de universidad de Economía Aplicada del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra.	Licenciado y Máster en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Autónoma de Barcelona. Doctor en Economía por la Universidad de Stanford.	Vicedirector el Departamento de Economía y Empresa. Profesor visitante en las universidades de Lovaina, Stanford, Di Tella (Argentina) y Uruguay.	Estadística aplicada y análisis de datos.	Organización industrial aplicada, innovación empresarial y educación.

Profesorado	Nivel contractual	Titulación Académica (Grado y Doctorado)	Experiencia Académica y Profesional	Materias que imparten	Líneas de investigación
			Consultor para el Banco Mundial y la Unión Europea		
Gert Cornelissen	Investigador Juan de la Cierva del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra.	Licenciado en Psicología por la Universidad Católica de Lovaina. Doctor en Psicología y Marketing por la Universidad Católica de Lovaina.		Consumer behavior – Comportamiento de consumidor	Socially responsible consumer behavior. Ethical consumption. Prosocial behaviour.
Benito Arruñada	Catedrático de universidad del Departamento de Economía y Empresa de la Universidad Pompeu Fabra.	Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Oviedo. MBA, University of Rochester. Doctor en Económicas por la Universidad de Oviedo,	Ha actuado como experto para numerosas empresas y organizaciones internacionales, así como para varios gobiernos sobre asuntos relacionados con sus investigaciones.	Economía de la Empresa	Economía de las organizaciones y análisis institucional
Helena Ramalhinho Lourenço	Profesora Agregada del Departamento de Economía Empresa de la Universitat Pompeu Fabra	Licenciatura en Estadística i Investigación Operativa por la Universidad de Lisboa, Portugal. Doctora en Investigación Operativa por Cornell University, EEUU.	Consultora para empresas públicas y privadas en el ámbito de las telecomunicaciones, servicios de salud, transporte, logística y producción.	Métodos cuantitativos para la empresa. Logística.	Investigación Operativa, Dirección de Operaciones, Logística, Metaheurísticas

Profesorado	Nivel contractual	Titulación Académica (Grado y Doctorado)	Experiencia Académica y Profesional	Materias que imparten	Líneas de investigación
Alex Grasas	Profesor visitante de Organización de Empresas del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.	Doctor en Ingeniería Industrial por la Universidad de Florida. Ingeniero Industrial por la Universitat Politècnica de Catalunya.	Consultor en el área de Dirección de Operaciones	Dirección de Operaciones	Dirección de Operaciones. Retailing. Interfaz de la Dirección de Operaciones y el Marketing. Gestión de la Cadena de Suministro
Anna Torres	Profesora titular de Marketing del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.	Doctora en Marketing por la Universidad Carlos III.	Consultor en el área de Dirección de Marketing	Marketing Estratégico. Investigación de Mercados.	Branding. Estrategia de Marketing. Modelos de decisiones de marketing.
Ana Valenzuela	Profesora titular de Marketing del Departamento de Economía y Empresa de la Universitat Pompeu Fabra.	MBA Georegetown University Doctorada en Distribucion e Investigacion Comercial opr la Universidad Autonoma de Madrid Research Fellow of Marketing and la Universidad UC Berkeley	ACNielsen, PubliEspaña, IMF, Advisory Board en investigacion de mercados; Decana Academica Barcelona School of Management, Universitat Pompeu Fabra y consultora en el area de dirección de marketing	Marketing Analytics Marketing Management	Comportamiento del Consumidor Internacionalizacion de la Empresa Estrategia de Marketing Branding

Profesorado	Nivel contractual	Titulación Académica (Grado y Doctorado)	Experiencia Académica y Profesional	Materias que imparten	Líneas de investigación
Albert Banal	Investigador Ramon y Cajal. Profesor visitante de Economía y Esa. De la UPF.	Doctor en Ciencias Económicas y licenciado en matemáticas por la Universitat Autònoma de Barcelona.	Assistant professor en la University of Western Ontario (Canada), Reader en City University (London), Visiting lecturer en la University of Cambridge y en el IFP Energies Nouvelles (Paris). Ha sido director del master en Competition and Regulation en City University	Finanzas	Finanzas corporativas, organización industrial, innovación

Otros recursos humanos disponibles:

a) Comunes de la Universitat Pompeu Fabra.

En el seno los Servicios Centrales de Administración de la UPF, se dispone de varios servicios de orientación que cubren los diversos aspectos y dimensiones del Máster como:

- Servicio de Gestión Académica (SGA)
- Centro para la Calidad y la Innovación Docente (CQUID)
- Unidad Técnica de Programación Académica (UTPA)
- Servicio de Relaciones Internacionales:
 - Sección de Convenios e Intercambios.
 - Oficina de Admisiones.
 - Oficina de Movilidad y Acogida.

b) Por parte de IDEC Escuela de Estudios Superiores.

- Director de Máster para gestiones globales de dinámica de docencia (relaciones con profesorado y con estudiantes)
- Coordinador de Máster para gestiones globales de dinámica relaciones con profesorado y con estudiantes)
- Coordinador de la operativa del programa: El participante se puede poner en contacto con este para solucionar dudas de aspecto general del programa.
- Tutores de los trabajos de fin de Máster de entre los docentes.
- La unidad administrativa con incidencia directa sobre la gestión de los planes de estudio es básicamente la secretaria del IDEC ESCUELA DE ESTUDIOS SUPERIORES.
- Soporte técnico: recursos directos dedicados al máster contando los servicios administrativos, informáticos, y recepción.
- Personal de apoyo en los programas de enseñanza a distancia.

Previsión de profesorado y otros recursos humanos necesarios:

La incorporación de personal procedente de fuera de la UPF significará, siguiendo el principio de subsidiaridad, que la UPF no dispone de especialista sobre la materia que puede acreditarse según los criterios de experiencia docente e investigadora y adecuación al ámbito académico establecidos.

Para determinar la adecuación del profesorado a invitar, tanto de ámbito estatal como internacional, será el Equipo Académico quien tome la decisión.

Mecanismos de que se dispone para asegurar la igualdad entre hombres y mujeres y la no discriminación de personas con discapacidad:

La Universitat Pompeu Fabra tiene un fuerte compromiso con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Pese a los importantes avances logrados por las mujeres durante los últimos años tanto en la vida universitaria, como en la vida social, falta mucho camino todavía para llegar a la igualdad de género. Como ejemplo de este avance en la UPF cabe destacar que en los últimos tres años, el 46% del total de profesorado que ha accedido a la permanencia son mujeres.

Con la intención de contribuir a la tarea de construir una universidad y una sociedad formadas por personas libres e iguales, la UPF ha dedicado el curso 2007-2008 a la sensibilización y a la reflexión sobre la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. De las reflexiones y los trabajos que se lleven a término durante el curso debe surgir un Plan de Igualdad para la UPF, que llevará el nombre de Isabel de Villena en honor de quien, probablemente por primera vez en la literatura catalana, adoptó el punto de vista de la mujer. Como primera medida adoptada se ha procedido a la contratación de una Agente para la Igualdad con el objetivo que colaborar en la definición del Plan para la Igualdad, más allá del cumplimiento estricto de la legalidad en lo que se refiere a procurar la igualdad de género en los tribunales de oposiciones así como en las comisiones de selección, tal como prevé el Estatuto Básico del Empleado Público, y en la reserva de plazas para personas con discapacidades en los procesos de oposiciones

7. Recursos materiales y servicios

7.1. Justificación de la adecuación de los medios materiales y servicios disponibles.

Para la realización del Máster se usaran los recursos ya existentes en la UPF y en el IDEC Escuela de Estudios Superiores.

Espacios docentes y de gestión disponibles en la UPF

a) Infraestructura de IDEC Escuela de Estudios Superiores.

Se dispone de:

- Auditorio (Superficie: 235 m². Pantalla de proyección de 4x5 metros.
 - Cuatro cabinas de traducción simultánea con visión directa y frontal de los ponentes
 - Ordenador portátil, conexión a internet, retroproyector de transparencias, vídeo, DVD y diapositivas. Capacidad: 200 personas.)
- 30 de aulas dotadas con unos equipamientos y servicios adaptados a las necesidades de cada actividad
- 3 aulas informáticas

A pesar de que el ajuste final será en función de los horarios que se desarrollen en la oferta docente 2009-2010, los espacios calculados para un correcto desarrollo de los estudios, una vez desplegados los 4 cursos será de:

Aulas	Número	M ²
Aula docente pequeño formato	2	120
Aula docente gran formato	6	840
Espacio seminario	6	240

El número de aulas de los edificios y otras instalaciones destinadas a los estudiantes son suficientes para dar cabida a los nuevos estudiantes, con una ordenación de los horarios adecuada, para hacer compatibles las clases de la nueva titulación con las de las otras titulaciones que se imparten y para que los horarios sean óptimos para los estudiantes y para los requerimientos de dedicación.

La adjudicación concreta de las aulas se realiza una vez se dispone de la estimación de la propuesta horaria de cada asignatura. La previsión, por tanto, es a máximos, para poder garantizar así la cabida en un despliegue racional de la oferta.

Finalmente también, una vez se vayan concretando las necesidades específicas de cada grupo, el equipamiento móvil de los espacios para seminarios podrá ser readaptado de forma ágil a requerimiento de grupos pequeños (grupos interactivos) en el espacio, puesto que el equipamiento es individual y no fijado al aula, como el caso de las aulas de gran formato.

Es oportuno especificar que, al margen de la adaptación conceptual de la Biblioteca (ver Biblioteca), con sus espacios específicos de trabajo en grupo y elaboración de trabajos, todos los espacios docentes libres, una vez elaborados todos los horarios académicos del campus, quedan, bajo reserva, a disposición de los estudiantes que los necesiten, para ensayar una presentación o para cualquier actividad de aprendizaje que necesiten.

Otras aulas, salas de reuniones y de estudio

Además de los espacios docentes de gran y pequeño formato y seminarios, los estudios dispondrán de espacios compartidos que en el cálculo de su necesidad en el desarrollo normal hemos considerado y calculado en:

	Número	M ²
Aula Informática (50 plazas)	1	100
Salas de reuniones	2	100
Salas de trabajo	2	100
Salas de profesores	1	80

b) Recursos de la UPF disponibles a todos los estudiantes del Máster.

El Campus está constituido por espacios docentes, de apoyo y de servicios con un total de 70.000 m² que se comparten con los diferentes estudios que allí se imparten.

El Campus dispone de:

- 20 aulas docentes de gran formato (entre 200 y 110 personas)
- 25 aulas docentes de formato mediano (entre 70 y 89 personas)
- 5 aulas docentes de pequeño formato (entre 40 y 50 personas)
- 5 aulas informáticas.
- 14 aulas de seminarios (entre 20 y 30)

Biblioteca de la UPF

La Biblioteca de la UPF es una unidad fundamental de apoyo a la docencia y al aprendizaje en la Universitat Pompeu Fabra.

Para dar respuesta a las necesidades emergentes de los profesores y estudiantes en el nuevo entorno derivado de la implementación del EEES, la UPF ha apostado claramente por la evolución de la Biblioteca hacia el modelo de CRAI (Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación). Así pues, se ha optado por un nuevo modelo organizativo basado en la confluencia del servicio de Biblioteca e Informática, adaptando las instalaciones para poder ofrecer espacios para el estudio y trabajo en grupo y ofreciendo nuevos servicios. En esta línea cabe destacar el servicio de préstamo de ordenadores portátiles, con notable éxito entre los estudiantes de grado y el servicio de La Factoría de apoyo al aprendizaje y a la docencia.

La Factoría es un espacio con profesionales (bibliotecarios, informáticos, técnicos audiovisuales, personal administrativo), con recursos, equipos y tecnología, desde donde se ofrece apoyo a los profesores en el uso de las plataformas docentes y en la elaboración de materiales docentes y a los estudiantes, en la elaboración de trabajos académicos.

Los rasgos más característicos y definitorios de los servicios que la Biblioteca presta a sus usuarios, profesores y estudiantes para materializar su misión son los siguientes:

a) Amplitud de horarios

La Biblioteca/CRAI abre 360 días al año, con un horario de apertura de 17 horas y media de lunes a viernes y de 11 ó 15 horas los sábados y días festivos.

Horario de apertura:

- De lunes a viernes, de 08.00 h. a 01.30 h. de la madrugada.
- Sábados y festivos, de 10.00 h. a 21.00 h. (a 01.00 h. durante el período de las cuatro convocatorias de exámenes de cada curso académico).

b) Recursos de información

La Biblioteca cuenta con un fondo bibliográfico y de recursos de acceso remoto muy completo y en constante crecimiento. Es muy importante señalar que la colección bibliográfica, como la Biblioteca y como la propia Universidad, es fruto de una trayectoria cronológica corta: en tan sólo 19 años se ha puesto a disposición de la comunidad universitaria un conjunto de información, tanto en soporte papel como de acceso electrónico, muy relevante y que da respuesta a la práctica totalidad de las necesidades de docencia y aprendizaje de la comunidad universitaria.

El incremento del número de volúmenes de monografías se sitúa en una media anual de entre 30.000 y 40.000 volúmenes por año. Esto supone un crecimiento sostenido y continuado de la colección. En los últimos cinco años, la Biblioteca de la UPF ha figurado entre las diez primeras posiciones del *Anuario estadístico* de REBIUN, tanto en el indicador *Incremento de monografías por usuario* (con valores de 2,35 en 2007 i 1,6 en 2008) como en el indicador *Gasto en adquisiciones por usuario* (con valores de 118,68 € en 2007 y 128,11 en 2008). Estos indicadores muestran el esfuerzo constante de la UPF para crear y mantener una colección que dé respuesta a las necesidades informativas de la comunidad universitaria.

Los fondos están a disposición de todos los usuarios, cualquiera que sea su sede. El catálogo es único y los documentos pueden trasladarse de una sede a otra a petición de los usuarios que así lo necesitan.

Por lo que respecta a la información electrónica, cabe señalar su accesibilidad completa, ya que, además de su disponibilidad desde las instalaciones de la Biblioteca y de toda la Universidad, todos los miembros de la comunidad universitaria tienen acceso a los recursos de información electrónicos desde cualquier ordenador externo mediante un sistema (VPN-SSL) que permite un acceso fácil y seguro.

b.1.) Monografías

Número total de volúmenes de monografías	575.515
Distribución por localizaciones	Número de volúmenes de monografías
Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	346.862
Biblioteca/CRAI del Poblenou	97.114
Biblioteca del Campus Universitari Mar	8.388
Otras localizaciones (depósitos de la UPF o depósitos consorciados (CBUC))	123.151

Es importante señalar, también, la presencia creciente de monografías electrónicas como recursos de información a disposición de los usuarios. La cifra actual se sitúa en 10.135 monografías

electrónicas disponibles.

b.2.) Publicaciones en serie

En papel

Número total de títulos de publicaciones en serie	14.240
---	---------------

De acceso remoto

Número total de títulos de publicaciones en serie de acceso remoto	11.768
--	---------------

b.3.) Bases de datos

Número total de bases de datos en línea	317
---	------------

c) Puestos de lectura

La Biblioteca cuenta (datos 2008) con una ratio de 6,55 estudiantes por puesto de lectura. Esta ratio sitúa a la UPF entre las veinte primeras posiciones en el *Anuario estadístico* de REBIUN.

Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	Biblioteca/CRAI del Poblenou	Biblioteca del Campus Universitari Mar	Total
1.208	444	143	1.795

d) Distribución de los espacios

La distribución de la superficie útil de los espacios es la siguiente:

Biblioteca/CRAI de la Ciutadella	Biblioteca/CRAI del Poblenou	Biblioteca del Campus Universitari Mar	Total
8.142 m2	2.142 m2	783 m2	11.067 m2

Cabe señalar que las instalaciones de la Biblioteca/CRAI son accesibles a personas con discapacidades de movilidad.

También es importante destacar el hecho de que en la Biblioteca/CRAI de Ciutadella uno de los ordenadores de uso público está equipado con software y hardware específico para personas con limitaciones visuales.

e) Amplia oferta de servicios

La oferta de servicios para los usuarios es muy amplia. La relación de los servicios a los que todos los estudiantes tienen acceso es la siguiente:

e.1. Punto de Información al Estudiante (PIE)

El PIE es el servicio que la Universidad pone a disposición de todos los estudiantes con el fin de proporcionar información, orientación y formación sobre la organización, el funcionamiento y las actividades de la UPF y también para realizar los trámites y las gestiones de los procedimientos

académicos y de extensión universitaria. El PIE facilita la información y la realización de trámites necesarios para la vida académica de los estudiantes en la UPF.

e.2. Información bibliográfica

El servicio de información bibliográfica ofrece:

- Información sobre la Biblioteca/CRAI y sus servicios
- Asesoramiento sobre dónde y cómo encontrar información
- Asistencia para utilizar los ordenadores de uso público
- Ayuda para buscar y obtener los documentos que se necesita

El servicio de información bibliográfica es atendido de forma permanente por personal bibliotecario.

e.3. Bibliografía recomendada

La bibliografía recomendada es el conjunto de documentos que los profesores recomiendan en cada una de las asignaturas durante el curso académico; incluye libros, documentos audiovisuales, números de revistas, dossiers, etc.

Se puede acceder a la información sobre esta bibliografía desde el catálogo en línea y también desde la plataforma de enseñanza virtual (Aula Global). Esta información se mantiene con la colaboración del profesorado.

e.4. Equipos informáticos y audiovisuales

La Biblioteca/CRAI pone a disposición de los estudiantes a lo largo de todo el horario de apertura equipos informáticos (aulas informáticas dentro de las instalaciones de la Biblioteca/CRAI) y audiovisuales (que permiten la consulta de los documentos audio y video en diferentes formatos que forman parte del fondo bibliográfico, además de la sintonización de un gran número de canales de TV) para la realización de sus actividades académicas.

e.5. Formación en competencias informacionales e informáticas

El personal del Servicio de Informática y de la Biblioteca ofrecen conjuntamente formación en competencias informacionales e informáticas a todos los miembros de la comunidad universitaria de la UPF para profundizar en el conocimiento de los servicios y de los recursos bibliotecarios e informáticos y para contribuir a la mejora del nuevo modelo docente de la UPF. Esta formación se ofrece integrada en los planes de estudio de grado y postgrado. También se ofrece un amplio abanico de oferta formativa extracurricular a medida de asignaturas concretas (a petición de docentes), formaciones temáticas programadas y a la 'carta' (sobre un tema no previsto anticipadamente).

e.6. Préstamo

El servicio de préstamo ofrece la posibilidad de sacar documentos por un periodo determinado de tiempo. El servicio es único: se pueden solicitar los documentos independientemente de la sede en la que se encuentren y, además, se pueden recoger y devolver en cualquiera de las sedes.

Para llevarse documentos en préstamo, sólo es necesario presentar el carnet de la UPF o cualquier otro documento identificativo que acredite como usuario de la Biblioteca.

Este servicio destaca muy favorablemente por su uso intensivo. Año tras año, el indicador Préstamos por estudiante está en las tres primeras posiciones del *Anuario estadístico* de REBIUN. Concretamente, en la segunda posición en el anuario 2008, con un valor de 22,58 préstamos por estudiante.

e.7. Préstamo de ordenadores portátiles

La Biblioteca y el Servicio de Informática ofrecen el servicio de préstamo de ordenadores portátiles dentro del campus de la Universidad para el trabajo individual o colectivo, con conexión a los recursos de información electrónicos y con disponibilidad del mismo software que el que se puede encontrar en las aulas informáticas. Pueden utilizar el servicio de préstamo de ordenadores portátiles todos los estudiantes de los estudios oficiales que imparte la UPF en sus centros integrados.

e.8. Préstamo interbibliotecario

A través de este servicio todos los miembros de la comunidad universitaria, pueden pedir aquellos documentos que no se encuentran en la Biblioteca de la UPF. Cabe señalar que existe un acuerdo entre todas las bibliotecas universitarias miembros del *Consorci de Biblioteques Universitàries de Catalunya* (CBUC) por el cual no se aplican tarifas de pago cuando se trata de préstamo de documentos originales entre las bibliotecas miembros.

e.9. Acceso a recursos electrónicos desde fuera de la Universidad

Como ya se ha comentado anteriormente, existe la posibilidad de conectarse a los recursos electrónicos contratados por la Biblioteca desde cualquier ordenador de la red de la UPF y también desde fuera (acceso remoto). Cualquier miembro de la comunidad universitaria puede acceder desde su domicilio o desde cualquier lugar en cualquier momento (24x7) a todos los recursos electrónicos disponibles, mediante un sistema sencillo, fácil y seguro (VPN-SSL).

e.10. Apoyo a la resolución de incidencias de la plataforma de enseñanza virtual (e-learning): La Factoría

Mediante este servicio, todos los profesores y los estudiantes tienen a su disposición asistencia y asesoramiento para resolver incidencias, dudas, etc. relacionadas con la utilización de la plataforma de enseñanza virtual implantada en la UPF Aula Global (gestionada con la aplicación *Moodle*) y su soporte informático, ya sea de manera presencial, telefónicamente o a través de formulario electrónico.

e.11. Ayuda en la elaboración de trabajos académicos y de materiales docentes: La Factoría

Mediante este servicio, los estudiantes tienen el apoyo y el asesoramiento de profesionales para la elaboración de sus trabajos académicos (presentaciones, informes, memorias, etc.), formación en aspectos específicos, acceso a TIC (hardware y software), etc. También los profesores encuentran ayuda y asesoramiento para la creación de sus materiales docentes.

e.12. Gestor de bibliografías (RefWorks)

RefWorks es una herramienta para gestionar referencias bibliográficas en entorno web que permite:

- Crear una base de datos personal para almacenar referencias importadas de bases de datos (como ScienceDirect o PubMed) o añadidas manualmente.
- Gestionar las referencias creando carpetas por materias, asignaturas, proyectos, etc.
- Generar automáticamente bibliografías en diversos formatos (MLA, Vancouver, etc.) de las referencias guardadas y exportarlas de manera fácil a un documento de texto.

e.13. Impresiones y reprografía

Todas las sedes disponen de una sala equipada con fotocopiadoras. Las fotocopiadoras funcionan en régimen de autoservicio. Funcionan con una tarjeta magnética que se puede adquirir y recargar en los expendedores automáticos situados en la sala de reprografía de la Biblioteca/CRAI y en diferentes puntos del campus de la Universidad.

Además, desde todos los ordenadores de la Biblioteca/CRAI pueden utilizarse impresoras de autoservicio que funcionan con las mismas tarjetas magnéticas.

f) Mención de calidad de la Biblioteca: Atlas digital de la España universitaria

En enero del 2007, la Biblioteca de la UPF se situó en el primer puesto del ránking en la comparación de las bibliotecas universitarias, según el estudio *Atlas digital de la España universitaria: bases para la planificación estratégica de la enseñanza superior*, elaborado por especialistas de la Universidad de Cantabria, con el apoyo del Consejo de Coordinación Universitaria (CCU), la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) y la Fundación Botín.

ESTRUCTURA DE REDES DE COMUNICACIONES, NUEVAS TECNOLOGÍAS, AULAS DE INFORMÁTICA

a) Aulas de Informática y Talleres

- Número de aulas y talleres: **35**
- Número de ordenadores disponibles: **1185**
- Sistema operativo: arranque dual Windows / Linux

b) Software

- Software de ofimática: Word, Excel, Access, etc.
- Software libre.
- Acceso a Internet.
- Cliente de correo electrónico.
- Software específico para la docencia.
- Acceso a herramientas de *e-learning*.

c) Ordenadores de la Biblioteca

- Puntos de consulta rápida del catálogo (OPAC). Los OPAC son puntos de consulta rápida del catálogo de la Biblioteca y del CCUC.
- Estaciones de Información (Hdl). Las Hedí ofrecen acceso a todos los recursos de información electrónicos de la Biblioteca.
- Estaciones de Ofimática (EdO). Los EdO son ordenadores destinados al trabajo personal que disponen de la misma configuración y de las mismas prestaciones que cualquier otro ordenador ubicado en un aula informática.

Distribución de las aulas de Informática y Biblioteca por edificios

Campus de la Ciutadella

Edifici	Aula	PCs
Jaume I	Biblioteca General	46

	Biblioteca	47
	Aula d'informàtica 1	
	Biblioteca	33
	Aula d'informàtica 2	
	Biblioteca	36
	Aula d'informàtica 3	
	153	18
	Aula LEEX	
Roger de Llúria	145	54
	153	54
	245	54
	257	24
Ramon Turró	47B	24
	107	30

Campus de la Comunicació-Poblenou

Edifici	Aula	PCs
La Fabrica	Biblioteca	74
	54.003	42
	54.004	42
	54.005	42
	54.006	42
	54.007	42
	54.008	30
	54.009	24
	54.022	20
	54.023	30
	54.024	24
	54.026	
	Talleres	Laboratorio multimedia y gestión de redes
54.028		
Laboratorio de electrónica y radiocomunicaciones		12
54.030		25
54.031		25
54.041		25
Aula postproducción de so		
54.082		28
Aula multimedia 1		
54.086Aula multimedia 2		24

Campus Universitari Mar

Edifici	Aula	PCs
Dr. Aiguader	Biblioteca	28
	61.127	34
	61.280	15
	61.303	45

	61.307	25
	61.309	18
	60.006 (Edificio Anexo)	20

d) Aulas de docencia

Todas las aulas de docencia están equipadas con ordenador con acceso a la red y cañón de proyección.

e) Red

Todos los ordenadores de la Universidad disponen de conexión a la red. Todos los Campus disponen de prácticamente el 100% de cobertura de red sin hilos, con acceso a EDUROAM.

f) Accesibilidad universal de las personas con discapacidad y diseño para todos

Las instalaciones de la Universidad cumplen con el “Codi d’accessibilitat” establecido por la Generalitat de Catalunya. El conjunto de edificios que conforman el Campus de Ciutadella y el edificio Rambla han sido objeto de adaptaciones para asegurar la accesibilidad. En el Campus Mar, el edificio del PRBB, de reciente construcción, cumple exhaustivamente con la normativa. El edificio Dr. Aiguader ha sido adaptado y ampliado y se ajusta estrictamente a la normativa de accesibilidad, así como el conjunto de los edificios que forman el Campus de la Comunicación, de reciente construcción, todos ellos dentro de la normativa vigente como no podía ser de otra forma”

7.2. Previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios.

La previsión de adquisición de los recursos materiales y servicios necesarios se realiza coincidiendo con la elaboración del presupuesto anual. Se efectúa una reflexión sobre las necesidades de instalaciones y equipamientos para el curso siguiente y con una visión plurianual y se consignan las dotaciones presupuestarias oportunas. Por otra parte, la Universidad dispone unos protocolos de mantenimiento de construcciones, instalaciones y equipos, con descripción, calendario y presupuesto de las tareas preventivas, así como de una previsión del mantenimiento correctivo basada en la experiencia de ejercicios anteriores. La mayor parte de las tareas de mantenimiento está externalizada, mediante contratos plurianuales con varias empresas especializadas, bajo el seguimiento y control del equipo técnico de la Universidad.

8. Resultados previstos

8.1. Valores cuantitativos estimados para los indicadores y su justificación:

A continuación se presentan los resultados estimados para los másteres oficiales que se imparten en la Universidad Pompeu Fabra.

Partiendo del hecho que todavía no hay ni la información ni la trayectoria suficiente de los másteres oficiales para valorar estos estudios, se considera que se puede trabajar en tres dimensiones con el fin de establecer una estimación de los resultados previstos.

Estas dimensiones son la tasa de graduación, la tasa de abandono y la tasa de eficiencia. Para determinar tales magnitudes se tienen en cuenta los resultados de los alumnos que realizan el programa estandarizado, de 60 créditos, sin tener en cuenta aquellos que necesitan cursar módulos de nivelación.

Tasa de graduación

La tasa de graduación indica el porcentaje de estudiantes graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios respecto la cohorte de alumnos que iniciaron los estudios en un mismo año. Es importante destacar que a diferencia de los títulos de grado, donde la tasa de graduación se calcula teniendo en cuenta los graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año más, en el caso de los másteres oficiales, al tratarse de estudios de un solo curso, al calcular la tasa de graduación sólo se tienen en cuenta los estudiantes graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios.

La tasa de graduación que se estima para los másteres oficiales de la Universidad Pompeu Fabra es de alrededor del 70%.

Esa magnitud se establece teniendo en cuenta que la tasa de graduación de la primera promoción de los másteres oficiales (2006-2007) oscila entre el 65% y el 85%, en función de la especialidad, del tamaño del grupo, y de otros factores. Si bien los resultados de un único curso no tienen significación estadística, pueden servir de orientación.

Tasa de abandono

La tasa de abandono indica el porcentaje de estudiantes que, sin haber completado los estudios en el tiempo previsto en el plan de estudios, no se vuelven a matricular el curso siguiente, respecto la cohorte de alumnos que iniciaron los estudios en un mismo año.

La tasa de abandono que se estima para los másteres oficiales de la Universidad Pompeu Fabra es de alrededor del 18%.

Esa magnitud se establece teniendo en cuenta una serie de incidencias que pueden favorecer el abandono de los estudios, como el hecho que haya muchos estudiantes extranjeros, así como la incorporación al mercado laboral, por poner unos ejemplos.

Tasa de eficiencia

La tasa de eficiencia indica el grado de eficiencia de los estudiantes por terminar los estudios habiendo consumido únicamente los créditos previstos en el plan de estudios.

Se calcula dividiendo los créditos previstos en el plan de estudios entre la media de créditos matriculados por los estudiantes que han finalizado los estudios, y multiplicar el resultado por cien. La tasa de eficiencia máxima es del 100%.

La tasa de eficiencia que se estima para los másteres oficiales de la Universitat Pompeu Fabra se sitúa alrededor del 90%.

Esa magnitud se establece teniendo en cuenta que la tasa de eficiencia de la primera promoción de los másteres oficiales (2006-2007) oscila entre el 89% y el 100%, en función de la especialidad, del tamaño del grupo, y de otros factores. Si bien los resultados de un único curso no tienen significación estadística, pueden servir de orientación.

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la experiencia de los dos últimos cursos académicos como título propio de la universidad.

Tasa de graduación: 100% (curso 09-10) y 100% (curs08-09)

La tasa de graduación indica el porcentaje de participantes graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios respecto la cohorte de alumnos que iniciaron los estudios en un mismo año. En el caso de los másteres, al tratarse mayormente de estudios de un solo curso, al calcular la tasa de graduación sólo se tienen en cuenta los participantes graduados en el tiempo previsto en el plan de estudios.

Tasa de abandono: 0% (curso 09-10) y 0% (curso 08-09)

La tasa de abandono indica el porcentaje de participantes que, sin haber completado los estudios en el tiempo previsto en el plan de estudios, no se vuelven a matricular el curso siguiente, respecto la cohorte de participantes que iniciaron los estudios en un mismo año.

Tasa de eficiencia: 100% (curso 09-10) y 100% (curso 08-09)

La tasa de eficiencia indica el grado de eficiencia de los participantes por terminar los estudios habiendo consumido únicamente los créditos previstos en el plan de estudios. Se calcula dividiendo los créditos previstos en el plan de estudios entre la media de créditos matriculados por los estudiantes que han finalizado los estudios, y multiplicar el resultado por cien. La tasa de eficiencia máxima es del 100%.

Las dimensiones analizadas presentan valores superiores a los expuestos al principio de este mismo epígrafe, que hacen referencia a los másteres universitarios que se imparten en la Universidad Pompeu Fabra. Los resultados esperados para estas dimensiones equivalen a los disponibles para los títulos propios.

De cara al futuro proceso de acreditación se considerarán otros indicadores como la nota académica, el porcentaje de créditos superados por curso académico, la satisfacción de resultados sobre la consecución de los resultados de aprendizaje pretendidos, la satisfacción del profesorado sobre el grado de logro de los mismos por parte de los estudiantes, así como la participación de evaluadores externos en la evaluación de los trabajos fin de máster o de los empleadores en las prácticas externas, tal y como se ha recomendado por parte de AQU.

8.2. Progreso y resultados de aprendizaje

Evaluación del progreso y los resultados al nivel de cada asignatura:

a) Métodos y criterios

La verificación de los conocimientos de los estudiantes se puede realizar mediante un examen final o bien siguiendo un proceso de evaluación continua.

Los profesores responsables de cada asignatura y actividad formativa han de hacer públicos, al inicio del periodo de docencia correspondiente, los métodos y los criterios de evaluación que aplicarán.

b) Plan Docente de la Asignatura

El Plan Docente de la Asignatura es el instrumento por el cual se define el modelo de organización docente de la asignatura. El Plan Docente tiene alcance público y se puede consultar desde los espacios de difusión académica previstos por la Universidad.

c) Régimen de la evaluación continua

Concepto: Se entiende por evaluación continua el conjunto de procesos, instrumentos y estrategias didácticas definidas en el Plan Docente de la Asignatura aplicables de manera progresiva e integrada a lo largo del proceso de enseñamiento-aprendizaje de ésta. Las evidencias recogidas deben facilitar a los estudiantes y a los docentes indicadores relevantes y periódicos acerca de la evolución y el progreso en el logro de las competencias que se hayan expresado como objetivos de aprendizaje de la asignatura.

Ámbito: la evaluación continua comprende las asignaturas que así lo prevean en el Plan Docente de la Asignatura.

Contenido: Las asignaturas que integren sistemas de evaluación continua especificarán un mínimo de tres fuentes de evaluación, así como los mecanismos e indicadores del progreso y del logro de los aprendizajes, la temporalidad prevista, los criterios para evaluar cada una de las actividades y su peso en el cómputo global de la calificación de la asignatura.

Evaluación: Los mecanismos de evaluación continua utilizados en el periodo lectivo de clases pueden comprender un peso, a efectos de evaluación final, entre el 50 y el 100% del total de la evaluación. El estudiante recibirá periódicamente información de los resultados obtenidos en las actividades que configuren el itinerario de evaluación continua. A tal efecto, se utilizará para difundir la información los mecanismos previstos en el Plan Docente de la Asignatura. En cualquier caso, las asignaturas que hayan previsto un sistema de evaluación continua mantendrán la opción para los estudiantes de hacer un examen final, en el marco del periodo de exámenes fijado en el calendario académico de la Universidad.

Calificación: Las asignaturas con evaluación continua seguirán el sistema general de calificaciones fijado por la Universidad.

d) Régimen de los exámenes finales

Periodo: Los exámenes, tanto orales como escritos, se deben realizar, al finalizar la docencia, dentro del periodo fijado para esta finalidad en el calendario académico. Convocatoria: Se celebrará una única convocatoria de examen por curso académico para cada asignatura o actividad formativa.

Para aquellas actividades formativas de más de un trimestre, la evaluación se producirá dentro del periodo fijado para esta finalidad en el calendario académico, dentro del último trimestre que comprenda la actividad.

Cuando así lo requiera la actividad formativa, estas pueden ser evaluadas excepcionalmente con fecha límite del 10 de septiembre.

Exámenes orales: Los exámenes orales serán organizados y evaluados por un tribunal formado por tres profesores. Para que quede constancia del contenido del examen y para garantizar su conservación, los exámenes serán registrados en un soporte apto para la grabación y la reproducción.

Revisión: Los estudiantes pueden solicitar la revisión de las calificaciones por los procedimientos siguientes:

a) Con la publicación de las calificaciones provisionales, el decano o el director de estudios responsable de la titulación fijará un plazo para que los estudiantes hagan alegaciones ante el evaluador.

b) Dentro de los 10 días hábiles siguientes a la publicación de las calificaciones definitivas, los estudiantes pueden solicitar ante el decano responsable una segunda corrección.

- Esta segunda corrección la realizará un tribunal formado por tres profesores, designados por el decano o el director de estudios responsable. Antes de emitir la calificación, el tribunal deberá escuchar al profesor responsable de la asignatura.

- El tribunal resolverá la solicitud de segunda corrección en un plazo de 15 días hábiles, contados a partir de la fecha de finalización del plazo de presentación de la solicitud.

c) Los estudiantes pueden interponer recurso de alzada ante el rector, tanto si han pedido la segunda corrección como si no, contra las calificaciones definitivas para alegar cuestiones relativas a la infracción del procedimiento y diferentes de la valoración de los conocimientos técnicos exigidos. En el caso que se haya solicitado la segunda corrección no se puede interponer el recurso de alzada hasta que se haya resuelto ésta.

Conservación: A fin de asegurar la posibilidad de revisar las calificaciones, los profesores están obligados a guardar los exámenes, o documentos base de la calificación (incluidas las grabaciones), a lo largo de un periodo mínimo de un año, desde la fecha de cierre de las actas de calificación.

Calificaciones: Los resultados obtenidos por los estudiantes se expresan en calificaciones numéricas de acuerdo con la escala establecida en el Real Decreto 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.

Por lo que respecta a la consideración de las asignaturas convalidadas y adaptadas, la valoración de los expedientes académicos y la certificación de las calificaciones en el expediente académico, es de aplicación lo previsto en la normativa de calificaciones aprobada por el Consejo de Gobierno.

e) Evaluación del progreso y los resultados al nivel de la titulación

En términos de titulación se desplegarán los instrumentos de información previstos en el Sistema de Información de la Docencia (SIDOC). A partir de estos instrumentos se analizará el progreso y los resultados de la titulación desde el nivel asignatura, al nivel cohorte y titulación. En lo que respecta a las asignaturas, tal y como se recoge en el SIDOC, los indicadores se establecerán con relación a las tasas de presentación y éxito para cada convocatoria y de rendimiento, fijando también los elementos críticos por su desviación con relación a la media de los estudios y de la Universidad. En cuanto al progreso, también se tomará en cuenta el nivel de superación de créditos. Con relación al progreso de las cohortes, se analizarán los indicadores ya previamente consensuados a nivel de sistema con relación al abandono (en sus diferentes tipologías) y graduación (tasa de graduación, tasa de eficiencia, etc.). Asimismo, se establecerán los vínculos entre rendimiento y variables como la nota media y tipo de acceso.

f) Trabajo Fin de Máster

Es obligatorio desarrollar un trabajo de fin de máster, con el fin de valorar la adquisición de las competencias asociadas al título.

Esta actividad se programa en el último periodo formativo de los estudios, tiene un valor académico mínimo de 6 y máximo de 30 créditos ECTS, y el estudiante dispondrá de tiempo suficiente para su

realización, con independencia de que el estudiante se integre o no en el programa de prácticas externas.

En el apartado correspondiente del plan de estudios se describen con más precisión los contenidos de esta actividad de carácter obligatorio.

9. Sistema de garantía de la calidad

http://www.idec.upf.edu/programacio/Apartado_9.Sistema_de_Garantia_de_Calidad.pdf

10. Calendario de implantación

10.1. Cronograma de implantación del título

El Máster Universitario en Ciencias Empresariales comenzará a implantarse en el curso 2011-12

10.2. Procedimiento de adaptación de los estudiantes de los estudios existentes al nuevo plan de estudios

El máster en Management se viene impartiendo en el Depto. de Economía y Empresa desde la creación del programa de doctorado en Economía, Finanzas y Empresa. Actualmente se imparte como título propio en la Fundación IDEC y tanto los objetivos como los contenidos, competencias y criterios de evaluación y calificación son iguales a los presentados en el título de Máster Universitario. La única diferencia es que en el máster no es requisito obligatorio la realización de una tesina, por lo que será requisito obligatorio realizar una la tesina para adaptar los estudios existentes al nuevo plan de estudios.

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

La aprobación el Máster comportaría la supresión del actual Máster of Sciences in Management, máster propio de la Fundación IDEC.

11. Anexo 1. Guía docente del Trabajo Fin de Máster

1. Introducción

El Trabajo Fin de Máster (en adelante TFM) constituye una de las ejecuciones clave que muestra el nivel de formación adquirido en los estudios cursados. Es una de las actividades de aprendizaje más importantes del programa, puesto que el estudiante tiene la oportunidad de profundizar en el estudio de un tema de su interés y además puede desarrollar competencias y habilidades generales y básicas, como la capacidad de planificar un proceso, resolver problemas, analizar e interpretar resultados, o defender propuestas mediante una comunicación eficiente, entre otras.

El TFM consiste en la planificación, realización, presentación y defensa de un proyecto o trabajo de investigación sobre un área específica. Su finalidad es propiciar la aplicación de las habilidades y los conocimientos adquiridos en el resto de las materias del Máster, así como facilitar el desarrollo de competencias relevantes.

El TFM puede ser un proyecto de investigación teórica o aplicada y ha de versar sobre cualquiera de las materias estudiadas en el Máster.

El TFM se realiza bajo la dirección de un tutor, cuya función es orientar y ayudar al estudiante en cada una de las fases de su realización.

2. Objetivos

- Profundizar en el estudio de un tema del ámbito del Máster.
- Conocer y aplicar los principios y metodologías de la investigación: búsqueda documental, recogida, análisis e interpretación de información, presentación de conclusiones y redacción del trabajo.
- Aplicar las habilidades y los conocimientos adquiridos a lo largo del Máster a un tema concreto de estudio.

3. Elección del tema y asignación del tutor

La asignación de tutor corresponde a la Comisión Académica del Máster, y ésta irá vinculada a la selección del tema.

El TFM puede llevarse a cabo sobre:

- Un tema propuesto por la Comisión Académica del Máster (formada por el director y el coordinador académico del máster).
- Un tema propuesto por el estudiante o grupo, previa autorización de la Comisión Académica.

Tras un breve periodo de tiempo, la Comisión confirmará el tema junto con el nombre del tutor asignado.

Las funciones del tutor son principalmente:

- Asesorar y hacer un seguimiento del proceso de elaboración del TFM a través de la orientación en la búsqueda de documentación, de bibliografía, la orientación sobre la planificación y la investigación, sobre la estructura del trabajo, la gestión del tiempo y la revisión del proceso seguido.
- Evaluar el proceso de elaboración del trabajo y dar el visto bueno para su presentación.

4. Estructura

Como orientación, la longitud de la memoria estará en torno a las 100 páginas. Estará escrita en tamaño DIN A4 con un formato legible. El cuerpo del trabajo del TFM (sin contar Bibliografía y otros Anexos) ha de tener una extensión entre 15 y 30 páginas A4, 30-33 líneas por página, tipo de letra Times New Roman –o similar– cuerpo 12, interlineado de 1,5 líneas.

La memoria deberá imprimirse a doble cara.

El contenido de la memoria deberá incluir, como mínimo, de forma clara y separada los siguientes puntos:

- Aspectos preliminares

Título

Autor/es

Tutor académico

Resumen de unas 200 palabras.

Palabras clave/Keywords

Índice

Índices de siglas y abreviaturas

Índices de tablas e ilustraciones

- Cuerpo del trabajo

Introducción. Objeto del trabajo. Identificación del problema o de las hipótesis de partida.

Objetivos.

Justificación del interés científico y social del tema elegido.

Estado de la cuestión. Revisión bibliográfica de los trabajos más relevantes sobre el tema.

Fundamentación teórica. Delimitación de los conceptos que fundamentan el desarrollo del trabajo.

Metodología que se ha seguido para el alcance de los objetivos definidos, y los datos obtenidos mediante su aplicación.

Análisis e interpretación de los resultados.

Consideraciones finales y conclusiones

Recomendaciones para futuras investigaciones

- Bibliografía.

Las referencias bibliográficas dentro del texto seguirán el sistema (Apellido, año, p.) para un autor; (Apellido y Apellido, año, p.) para dos autores, (Apellido y otros, año, p.) para tres o más autores. Si dos o más documentos tienen el mismo primer autor y año, se distinguirán entre sí con letras minúsculas (a, b, c, etc.) a continuación del año y dentro del paréntesis.

Las referencias a las obras utilizadas se citarán al final, por orden alfabético.

- Anexos, glosarios, etc. (en caso de ser necesarios).

Si los hay deben incluirse, numerados, al final del trabajo

Pueden incluirse notas a pie de página, numeradas consecutivamente, con la fuente Times New Roman 10.

Las figuras y tablas deben integrarse en el documento, lo más próximas al lugar en que se citen, numeradas correlativamente. Las figuras o tablas deben llevar pie, centrado, y compuesto en Times New Roman, cuerpo 10.

Investigación y ética

Para elaborar el TFM es necesario revisar un amplio material bibliográfico, por lo que es preciso diferenciar claramente lo que son aportaciones tomadas de otros autores, de reflexiones y análisis propios.

El plagio es motivo de descalificación del TFM, mientras que no se considera demérito la cita textual, que deberá acompañarse siempre de la referencia pertinente. Es imprescindible ser extremadamente cuidadoso con la reproducción de textos mediante paráfrasis. Cuando se use la paráfrasis, debe llevar, del mismo modo, la referencia correspondiente.

5. Defensa

Las fechas exactas de la defensa y las fechas límite serán anunciadas con la suficiente antelación a través de los cauces habituales.

El/Los estudiante/s ha de realizar una defensa pública de su trabajo ante el Tribunal Evaluador. La presentación constituye uno de los criterios de evaluación, por lo que se podrán utilizar todos los recursos de apoyo que se consideren necesarios. Una vez concluida la exposición, se abrirá un

turno de intervenciones para los miembros del tribunal. El/Los estudiante/s habrá/n de contestar a las preguntas y aclaraciones planteadas en el tiempo que considere/n necesario.

Si un estudiante necesita defender su TFM fuera de la convocatoria ordinaria, deberá realizar un escrito explicando las causas por las cuales necesita exponer fuera de las fechas señaladas. La Comisión Académica del Máster evaluará la petición y, si la causa es justificada, se programará la composición de un nuevo Tribunal Evaluador para la defensa y evaluación del TFM de este estudiante.

Para la presentación del TFM, se deberán presentar dos copias de la memoria del Trabajo Fin de Máster en formato papel. Además, con cada copia física de la memoria se adjuntará una copia en soporte digital del texto de la misma en formato *pdf*. Este soporte digital se adjuntará colocado en una solapa pegada a la contraportada de la memoria del TFM.

Las copias de la Memoria del TFM tendrán que ser depositadas al menos una semana antes de la fecha límite de la convocatoria.

El Tribunal Evaluador correspondiente, estará formada por los siguientes miembros:

- Presidente, encargado de convocar y dirigir el Tribunal Evaluador. Será el encargado de tomar la palabra durante todo el acto de Defensa, y tiene la última palabra en aspectos administrativos.
- Secretario, responsable de levantar el acta del TFM tal y como se indica más adelante, y de hacérsela llegar al Responsable del Máster.
- Primer vocal, tercer miembro del Tribunal Evaluador.

Cada TFM deberá ser calificado por un Tribunal Evaluador. Cada tribunal será nombrado por el Responsable del Máster por sorteo entre todos los profesores que imparten docencia en el Máster y están asociados a la línea de investigación asociada al TFM.

En el caso de programas a distancia, la defensa del Trabajo Final de Máster se llevará a cabo también a distancia. Se prevé la creación de sesiones de videoconferencia ontime, a través de Webex, participante-tribunal. De manera que además del seguimiento continuado que lleve a cabo el tutor, se llevarán a cabo preguntas que denoten la autoría del mismo. Se prevé además, realizar sesiones de tutoría individual, también a través de Webex, donde el tutor evalúa qué procedimientos ha seguido para la elaboración del Trabajo Final de Máster. A través de una guía de preguntas clave, podrá verificar que ha sido el estudiante el que ha llevado a cabo la elaboración del mismo.

6. Evaluación

Cada trabajo será evaluado por los miembros del Tribunal Evaluador según lo dispuesto en el apartado anterior. Al finalizar la defensa del TFM, el Tribunal Evaluador deberá cumplimentar el Acta de Evaluación correspondiente.

La valoración del trabajo se realizará individualmente por cada miembro del Tribunal Evaluador atendiendo a los siguientes puntos:

- Exposición escrita (memoria).

Estructura y formato

Objetivos

Referencias y Bibliografía

Metodología

Contenido y análisis desarrollado

Conclusiones

Aplicabilidad al Sector

- Exposición oral o defensa del proyecto.

La nota numérica (de 0 a 10) de cada miembro del Tribunal tendrá en cuenta la valoración de los puntos anteriores. La calificación se otorgará de acuerdo con la siguiente escala numérica de 0 a 10, expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0 - 4,9: Suspenso (SS). 5,0 - 6,9: Aprobado (AP). 7,0 - 8,9: Notable (NT). 9,0 - 10: Sobresaliente (SB).

El tribunal podrá conceder la mención de "Matrícula de Honor" a los trabajos que hayan obtenido una calificación de 10.

Para evaluar la aportación individual en los casos en los que el trabajo final se elabora en grupo, todos y cada uno de los estudiantes deberán estar preparados para presentar la totalidad del trabajo, de manera que el Tribunal elegirá al azar qué miembro del grupo será el responsable de su exposición. Posteriormente, las preguntas no podrán ser respondidas por el estudiante que haya hecho la exposición, sino que el Tribunal deberá dirigir como mínimo una pregunta a cada uno de los miembros del grupo. Cabe destacar que el tutor que llevará el seguimiento de la elaboración del mismo, realizará una valoración continua del proceso. Existe además un fenómeno probado, donde los propios integrantes del grupo, reaccionan excluyendo a aquellos integrantes que no aportan valor suficiente, de manera que se cuenta con diversos elementos que facilitan la valoración de todos y cada uno de los miembros del grupo. Ello se podrá constatar a través de una encuesta de autoevaluación sobre el funcionamiento del grupo, que se distribuirá a mitad y a final del periodo.

7. Publicidad

Los Trabajos Finales de Máster estarán a disposición de los estudiantes del programa, tanto para los antiguos estudiantes como para los actuales, e incluso para aquellos candidatos interesados en la consulta o visualización de los mismos.

Los trabajos con contenido y forma considerados como más relevantes, se mantendrán como trabajos de referencia más allá del periodo estipulado normativamente.

La reproducción total o parcial de los trabajos finales de Máster de los estudiantes, o el uso para cualquier otra finalidad que aquella para la cual fueron realizados, ha de contar con la autorización explícita de los autores.

En el supuesto que el estudiante, por si mismo o en compañía de otros, cree un trabajo, una obra o una prestación susceptible de comercialización o de su utilización en actividades de terceras organizaciones, será necesario formalizar un acuerdo entre el participante y la Fundación IDEC que regule las condiciones de comercialización o utilización.