

Contingut

Grau Administració d'Empreses i GI i Administració d'Empreses i GI (docència en anglès)	2
Grau Logística i NM	13
Grau Màrqueting i CD	21
Grau Turisme i G LI	34

Grau Administració d'Empreses i GI i Administració d'Empreses i GI (docència en anglès)

Matèria optativa 1.- Lideratge emprenedor i Innovació

Assignatura Enllaç video	Codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
Noves tendències: Dirigir amb intel·ligència emocional	1224	Núria Fernández	4t	Primer	Català	4	En acabar l'assignatura l'estudiant entendre el pes que la gestió emocional té en un equip de treball i la seva importància per la consecució d'objectius econòmics de l'empresa on la intel·ligència emocional i el coaching tenen un paper molt important. At the end of the course the student will understand the weight that emotional management has on a work team and its importance for the achievement of economic objectives of the company, where emotional intelligence and coaching have a very important role.
Publicitat en línia des de Xarxes Socials	1225	Maria Cristina Pérez Pietri	4t	Segon	Castellà	6	L'assignatura pretén donar a conèixer l'estructura de les campanyes de publicitat digitals, els elements pràctics per a posar en marxa i gestionar campanyes a Facebook e Instagram així com les estratègies i els elements d'anàlisi i KPI que permetrà mesurar l'efectivitat d'aquestes. The course aims to teach the structure of digital advertising campaigns, the practical elements for launching and managing campaigns on Facebook and Instagram, as well as the strategies and

Assignatura Enllaç video	Codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							elements of analysis and KPIs that will allow the effectiveness of these campaigns to be measured.
Habilitats per a la direcció i el lideratge	1229	Núria Fernández	3r	Segon	Català	6	Adquirir les competències i habilitats específiques per a l'autogestió, autodirecció i autolideratge, així com, la gestió, direcció i lideratge de col·laboradors, equips i organitzacions. Conèixer i posar en pràctica l'estratègica disciplina del networking professional Acquire specific skills and abilities for self-management, self-direction and self-leadership, as well as the management, direction and leadership of collaborators, teams and organizations. Know and put into practice the strategic discipline of professional networking
Zen Business: emprenedors i empreses conscients	1236	Manel Lesta	3r/4t	Segon	Català	6	L'estudiant podrà integrar una nova filosofia (valors universals presents a la pràctica del Zen) i un nou mètode de gestió empresarial holístic dirigit a empreses i emprenedors que busquen crear valor econòmic, social, emocional i/o mediambiental (impacte holístic) com a estratègia per diferenciar-se i créixer contribuint a fer un món més feliç i sostenible. L'estudiant ho podrà posar en pràctica de manera personalitzada mitjançant el desenvolupament d'una iniciativa empresarial pròpia. The student can integrate a new philosophy (universal values present in the practice of Zen) and a new method of holistic business management aimed at companies and entrepreneurs who seek to create economic, social, emotional and environmental (holistic impact) as a strategy for differentiate and grow, contributing to a

Assignatura Enllaç video	Codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							happier and more sustainable world. The student will be able to put it into practice in a personalized way through the development of their own business initiative.
Web analytics	1235	Vera Butkouskaya	3r	Segon	Anglès	6	Després de completar amb èxit aquest mòdul, els estudiants estaran més familiaritzats amb els mercats en línia basats en dades, la recopilació i l'anàlisi intel·ligents de dades. Després d'acabar el curs, els estudiants podran:•entendre el paper de l'anàlisi web a l'empresa.•mesurar i analitzar els paràmetres i el comportament dels usuaris dins d'una pàgina web.•comunicar recomanacions sobre aquests paràmetres per millorar el rendiment de la pàgina web. Upon completing this module, students will be more familiar with data-driven online markets, intelligent data collection, and analysis. After finishing the course, students will be able: •to understand the role of web analytics within the company.•to measure and analyze the parameters and behaviour of the users within a web page.•to communicate recommendations on these parameters to improve the performance of the web page.
El meu pla personal (online)	1238	Albert Rof	3r/4t	Primer	Anglès	4	Saber desenvolupar un Pla Personal adequat als objectius i capacitats personals, i la realitat del mercat. Per a això és necessari, entendre el rol del màrqueting personal en la definició i consecució dels objectius professionals i dotar als participants dels coneixements i eines necessàries per crear un futur professional i personal d'èxit.

Assignatura Enllaç video	Codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							Knowing how to develop a Personal Plan appropriate to personal goals and capabilities, and the reality of the market. To do this, it is necessary to understand the role of personal marketing in the definition and achievement of professional goals and equip participants with the knowledge and tools necessary to create a successful professional and personal future.
Itinerari emprenedor	1180	Màrian Buil/ Estel Paloma	3r/4t	Primer, segon, tercer	Català	6	En aquest itinerari s'adquiriran competències i coneixements per dissenyar projectes amb impacte positiu que generin una transformació en l'entorn econòmic, social i ambiental. In this itinerary, you will acquire skills and knowledge to design projects with a positive impact that generate a transformation in the economic, social and environmental environment.

Matèria optativa 2.- Eines avançades d'administració empresarial

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a la transició cap a negocis de futur	1223	Maria Armiñana	3r/4t	Segon	Català	6	L'assignatura es basa en proporcionar als estudiants (i posar en pràctica) els coneixements sobre l'Economia Circular, amb la participació de diverses persones expertes i professionals del sector, per poder incorporar els coneixements sobre sostenibilitat i les estratègies que podran aplicar en la seva carrera professional. Durant l'optativa es durà a terme un projecte aplicat, amb un/a tutor/a de suport. Primerament es realitzarà un esbós teòric sobre l'economia circular / sostenible / social, i posteriorment es realitzaran diverses activitats i

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							ponències on els/les estudiants podran generar elles mateixes el coneixement per la futura aplicació en els seus itineraris professionals i/o en altres activitats acadèmiques que estiguin cursant. L'assignatura permetrà obtenir les pautes també per a poder incorporar la visió circular en els TFGs, podent optar així als premis de Treball de Final de Grau Circular del Tecnocampus. Based on providing students with (and putting into practice) knowledge about the Circular Economy, with the participation of several experts and professionals in the sector, to be able to incorporate knowledge about sustainability and the strategies they can apply in the his professional career. During the elective, an applied project will be carried out, with support from a tutor.
Excel per controller	1228	Axel Ehberger	3r	Segon	Anglès	6	Gairebé totes les empreses treballen amb l'Excel, en tots els àmbits. Un bon coneixement d'aquesta eina és imprescindible. En aquesta assignatura s'ensenya de manera pràctica, sempre amb exemples, les aplicacions més útils de l'eina Excel, a l'ampli context del Controlling. Almost all companies work with Excel, in all areas. A good knowledge of this tool is essential. In this course, the most useful applications of the Excel tool in the context of Controlling are taught in a practical way, always with examples.
Negociació Estratègica	1232	Tamara Guillén	4t	Primer	Castellà	4	Aquesta assignatura té per objecte que els alumnes adquireixin les competències bàsiques per negociar en qualsevol àmbit però

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							específicament en l'àmbit empresarial, utilitzant les eines de comunicació i anàlisi necessàries en aquesta disciplina. Les situacions de negociació estan presents en tots els àmbits de la vida social. Sempre que trobem a el mateix temps cooperació i conflicte estem en una situació potencialment negocial: en les relacions interpersonals, en les relacions entre els grups i les organitzacions, en les relacions regionals, internacionals i supranacionals i també a l'interior de les institucions i les empreses , en els equips de treball, en l'acció política, en les distribucions de competències, en la gestió de recursos humans, en les missions de pau, en la comunicació, en la vida jurídica i econòmica. Tots, com a persones i com a professionals, ens impliquem cada dia en una successió de negociacions tàcites o explícites que conduïm moltes vegades de forma reflexa, sense ser pròpiament conscients, i que resollem com podem de manera intuïtiva o per acumulació d'experiència. No obstant això, el resultat de les negociacions depèn en gran mesura de l'anàlisi que fem i de el tipus de gestió de l'conflicte que despleguem. Per això és tan important entrenar-se a reconèixer les situacions negocials - que de vegades amaguen el seu nom, o fins i tot ho neguen explícitament - i a identificar els factors estratègics que configuren la seva estructura. A partir d'aquesta anàlisi podrem decidir quins són els mecanismes competitius i / o cooperatius que incentivaran un millor resultat. The aim of this subject is for students to acquire the basic skills to negotiate in any field, but specifically in the business world, using the communication and analysis tools necessary in this discipline. Negotiation situations are present in all areas of social life. Whenever we find cooperation and conflict at the same time, we are in a potentially negotiating situation: in interpersonal relations, in relations between

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							groups and organisations, in regional, international and supranational relations and also within institutions and companies, in work teams, in political action, in the distribution of competences, in human resources management, in peace missions, in communication, in legal and economic life. As individuals and as professionals, we are all involved every day in a succession of tacit or explicit negotiations that we often conduct reflexively, without really being aware of it, and which we resolve as best we can intuitively or through accumulated experience. However, the outcome of negotiations depends to a large extent on the analysis we make and the type of conflict management we deploy. This is why it is so important to train ourselves to recognise negotiating situations - which sometimes hide their name, or even explicitly deny it - and to identify the strategic factors that shape their structure. Based on this analysis, we can decide which competitive and/or cooperative mechanisms will encourage a better outcome.
L'empresa familiar	1237	Carlos Ordax	4t	Primer	Català	4	Les persones vinculades a una empresa familiar han de situar-se en els diferents àmbits d'actuació, podent exercir un simple, doble o triple paper. Això pot donar lloc a una sèrie de conflictes interpersonals que apareixen en la presa de decisions relatives al negoci familiar (trajectòries professionals, convivència intergeneracional, gestió de dividends, etc.). Conèixer aquests aspectes és clau per prevenir l'aparició d'aquests conflictes i, en cas que apareguin, gestionar-los adequadament. People linked to a family business must be located in different areas of activity, being able to perform a single, double or triple role. This can lead to a series of interpersonal conflicts that appear in the decision-making related to the family business (professional trajectories, intergenerational coexistence, management of dividends, etc.). Knowing these aspects is key

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							to preventing the appearance of these conflicts and, in case they appear, to manage them properly.
Business Consulting	1226	Marc Rocas	4t	Primer	ANG	4	Aquest curs ofereix una visió propera de el sector de la consultoria empresarial i l'ajuda a determinar el que necessita per comprendre la seva dinàmica i posar en marxa el seu propi negoci de consultoria. Per exemple, suposem que el seu objectiu és treballar per a una empresa de consultoria establerta en lloc de desenvolupar una activitat empresarial. En aquest cas, el curs també l'ajuda a obtenir un coneixement inicial sobre el funcionament de el sector. This course provides a close view of the business consulting sector and helps you determine what you need to understand its dynamics and start your own consulting business. For example, suppose you aim to work for an established consultancy firm instead of developing an entrepreneurial activity. In that case, the course also helps you get initial knowledge about how the sector works.
Digital Marketing Communication	1227	Alberto Guevara	3r	Segon	ANG	6	L'objectiu principal del curs és comprendre l'estat actual de l'art en les comunicacions de màrqueting digital i aprendre: •Com es construeixen les comunicacions en el nou ecosistema digital? •Com poden les empreses utilitzar el big data disponible sobre tendències de clients i accions competitives per millorar la seva estratègia de comunicació? •Com es pot construir la comunicació digital interactiva per millorar la implicació del client? •Com es pot comunicar l'empresa perquè el receptor percebi correctament el missatge? •Com pot l'empresa utilitzar els comentaris mitjançant comunicacions bidireccionals amb el client per millorar el rendiment de la comunicació i retenir els clients? •Com poden les empreses mesurar l'eficàcia de les seves comunicacions de màrqueting digital?

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							The main objective of the course is to understand the current state of the art in digital marketing communications and to learn:•How are communications built in the new digital ecosystem?•How can companies use the available big data on customer trends and competitive actions to improve their communication strategy? •How can interactive digital communication be built to improve customer engagement?•How can the company communicate so that the receiver will perceive the message correctly?•How can the company use the feedback through two-way communications with the customer to improve communication performance and retain customers?•How can companies measure the effectiveness of their digital marketing communications?
Auditoria	1231	José Luís Martinez	4t	Segon	Castellà	4	El contingut d'aquesta assignatura pretén donar a conèixer de forma pràctica el marc legal, les normes tècniques i els procediments empleats per dur a terme l'activitat d'auditoria. No es pretén aconseguir formar tècnics i experts auditors, cosa que només s'adquireix amb l'experiència i una adequada formació continuada, però sí conèixer la utilitat dels informes d'auditoria, les responsabilitats dels auditors, les tècniques que utilitza en la realització de la seva activitat, etc. En acabar l'assignatura els alumnes coneixeran la funció de l'auditor i el paper que juga l'auditoria de comptes en la fiabilitat dels estats financers de les empreses. The content of this subject aims to make known in a practical way the legal framework, technical standards and procedures used to carry out the audit activity. It is not intended to train technical experts and auditors, which is only acquired with experience and adequate ongoing training, but know the usefulness of the audit reports, the responsibilities of the auditors, the techniques used in the realization of their activity, etc. At the end of the course students will know the role of the auditor and the role played by

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							the audit of accounts in the reliability of the financial statements of companies.
DEFI: Finances descentralitzades i cryptoeconomia	1222	Miquel Roig	4t	Primer	Català	6	La tecnologia Blockchain està suposant una gran revolució a molts sectors. Hem vist explotar el sector Financer amb les DEFI (decentralized finance), el sector de l'Art amb els NFT i els metaversos, o el sector del Gaming amb el nou paradigma play to earn. L'objectiu d'aquest curs és dotar els alumnes dels coneixements bàsics que els serveixi de base d'aprenentatge per poder desenvolupar una carrera en l'àmbit de les finances descentralitzades i la tecnologia blockchain. Blockchain technology is creating a great revolution in many sectors. We have seen the Financial sector explode with DEFI (decentralized finance), the Art sector with NFTs and metaverses, or the Gaming sector with the new "play to earn" paradigm. The objective of this course is to provide students with the basic knowledge that will serve as a learning base to be able to develop a career in the field of decentralized finance and blockchain technology.
Sport management (semipresencial)	1230	Victor Jordan	3r/4t	Primer	Aglès	4	El temari de l'assignatura pretén despertar l'interès de l'alumnat en la gestió d'organitzacions, d'equipaments i de projectes en sectors com ara l'esport competitiu, l'esport recreatiu, l'esport salut, l'esport educatiu, el turisme esportiu o l'esport espectacle. The subject of the subject intends to arouse the interest of the students in the management of organizations, equipment and projects in sectors such as competitive sports, recreational sports, sports, sports, sports educational, sports tourism or sports entertainment.

Notacions:

1. T : Tarda, M: Matí
2. (*) L'assignatura optativa ITINERARI EMPRENEDOR es matricula a posteriori del procés de matrícula i només en el cas que l'estudiant hagi seguit l'itinerari al llarg dels cursos acadèmics i disposi de les qualificacions necessàries
3. La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants

Grau Logística i NM

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
Logística Sectorial Automoció (semipresencial)	110040	Valeria Bernardo	4t	Segon	Castellà	5	Conocer en profundidad: los modelos de producción y gestión de la cadena automotriz la optimización de costos en la industria automotriz la importancia y logística del transporte del automóvil vía terrestre y marítima la regulación aplicable les tendencias actuales en la industria automotriz To know in depth: the production and management models of the automotive chain Cost optimization in the automotive industry the importance and logistics of transporting the automobile by land and sea the applicable regulation current trends in the automotive industry
Logística del Sector Químico i Farmacèutic (semipresencial)	110038	Jairo Ramos	4t	Segon	Castellà	5	Entendre el context actual dels sectors químic i farmacèutic en temes logístics (distribució i emmagatzematge), identificant les necessitats específiques d'aquests sectors i les principals innovacions que s'estan generant en els últims anys. Entender el contexto actual de los sectores químico y farmacéutico en temas logísticos (distribución y almacenamiento), identificando las necesidades específicas de estos sectores y las principales innovaciones que se están generando en los últimos años. Understand the current context of the chemical and pharmaceutical sectors in logistics (distribution and storage), identifying the specific needs of these sectors and the main innovations that are being generated in recent years
Logística inversa i del sector tèxtil	110045	Carles Par	4t	Segon	Català	5	En acabar la formació es pretén obtenir una visió del conjunt per a comprendre bé l'essència del concepte de Logística Integral, així com la interrelació existent entre les diferents baules de la cadena operativa de

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							l'empresa atenent a tots els processos productius del sector textil i la logística inversa. Al acabar la formación se pretende obtener una visión del conjunto para comprender bien la esencia del concepto de Logística Integral, así como la interrelación existente entre los diferentes eslabones de la cadena operativa de la empresa atendiendo a todos los procesos productivos del sector textil y la logística inversa. To get an holistic vision and to understand well the essence of the concept of Integral Logistics, as well as the existing interrelation between the different links of the operational chain of the company attending to all the productive processes of the textile sector and reverse logistic
Transport de mercaderies perilloses i peribles (semipresencial)	110043	José Manuel Vallellano	4t	Primer	Castellà	5	Els objectius d'aquesta assignatura és conèixer la legislació nacional, europea i internacional que proporciona el marc legal per al transport de mercaderies perilloses. També conèixer els documents bàsics per al transport d'aquestes en els diferents modes de transport. Conèixer l'aplicació pràctica de l'ADR i la seva equivalència amb el IMDG, RID, IATA. Conèixer la normativa aplicable i els problemes del transport de mercaderies peribles Los objetivos de esta asignatura es conocer la legislación nacional, europea e internacional que proporciona el marco legal para el transporte de mercancías peligrosas. También conocer los documentos básicos para el transporte de éstas en los diferentes modos de transporte. Conocer la aplicación práctica del ADR y su equivalencia con el IMDG, RID, IATA. Conocer la normativa aplicable y los problemas del transporte de mercancías percederas

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							The objectives of this subject is to know the national, European and international legislation that provides the legal framework for the transport of dangerous goods. Also know the basic documents for the transport of these in the different modes of transport. Know the practical application of ADR and its equivalence with IMDG, RID, IATA. Know the applicable regulations and the problems of transporting perishable goods
Xarxes Ferroviàries i Transport per Ferrocarril (on-line)	110042	Carlos Escribano	4t	Segon	Castellà	5	S'estudia el ferrocarril amb les seves possibilitats i les seves limitacions per a la seva integració en la cadena logística. Se estudia el ferrocarril con sus posibilidades y sus limitaciones para su integración en la cadena logística. The railroad is studied with its possibilities and its limitations for its integration in the logistics chain.
Intel·ligència artificial aplicada a la logística	110064	Ernesto Martínez de Carvajal	4t	Primer	Castellà	5	Tot i que el contingut d'aquesta proposta està enfocada a l'aplicació de la IA a la logística, es veuen els diferents tipus d'IA i la seva aplicació a nivell empresarial, màrqueting, logística, etc., per la qual cosa és interessant per als estudiants de diferents graus. Aunque el contenido de esta propuesta está enfocada a la aplicación de la IA en la logística, se ven los diferentes tipos de IA y su aplicación a nivel

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							empresarial, márketing, logística, etc., por lo que es de interés para los estudiantes de diferentes grados. Although the content of this proposal is focused on the application of AI in logistics, the different types of AI and their application at the business level, marketing, logistics, etc. are seen, so it is of interest to students of different degrees.
Patró d'embarcacions d'esbarjo (semipresencial)	110065	Ernesto Martínez de Carvajal	4t	Primer	Castellà	5	El contingut d'aquesta assignatura és interessant tant per a l'àmbit del turisme com de la logística. En ambdós casos els aporta el coneixement d'aplicació general al món del turisme nàutic i marítim (terminologia, legislació, regles de trànsit, etc.) així com la interpretació i l'ús de les cartes nàutiques (l'equivalent als mapes de carreteres) Addicionalment el mateix temari els forma per poder presentar-se als exàmens oficials que atorguen la titulació requerida per governar embarcacions esportives de fins a 24 metres d'eslora (incloses motos d'aigua) El contenido de esta propuesta es de interés tanto en para el ámbito del turismo como de la logística. En ambos casos les aporta el conocimiento de aplicación general al mundo del turismo náutico y marítimo (terminología, legislación, reglas de tráfico, etc.) así como la interpretación y uso de las cartas náuticas (el equivalente a los mapas de carreteras) Adicionalmente el mismo temario les forma para poder presentarse a los exámenes oficiales que

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							otorgan la titulación requerida para gobernar embarcaciones deportivas de hasta 24 metros de eslora (incluidas motos de agua), por lo que también es de interés para los alumnos de otros grados, como ADE o Márquetin. The content of this subject is of interest both in the field of tourism and logistics. In both cases, it provides knowledge of general application to the world of nautical and maritime tourism (terminology, legislation, traffic rules, etc.) as well as the interpretation and use of nautical charts (the equivalent of road maps). Additionally, the The same syllabus forms them to be able to sit the official exams that grant the qualification
Itinerari emprenedor	1180	Màrian Buil/ Estel Paloma	3r/4t	Primer, segon, tercer	Català	6	En aquest itinerari s'adquiriran competències i coneixements per dissenyar projectes amb impacte positiu que generin una transformació en l'entorn econòmic, social i ambiental. In this itinerary, you will acquire skills and knowledge to design projects with a positive impact that generate a transformation in the economic, social and environmental environment.
Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a la transició cap a negocis de futur	1223	Maria Armiñana	3r/4t	Segon	Català	6	L'assignatura es basa en proporcionar als estudiants (i posar en pràctica) els coneixements sobre l'Economia Circular, amb la participació de diverses persones expertes i professionals del sector, per poder incorporar els coneixements sobre sostenibilitat i les estratègies que podran aplicar en la seva carrera professional. Durant l'optativa es durà a terme un projecte aplicat, amb un/a tutor/a de suport. Primerament es realitzarà un esbós teòric sobre l'economia circular / sostenible / social, i posteriorment es realitzaran diverses activitats i ponències on els/les estudiants podran generar elles mateixes el coneixement per la futura aplicació en

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							els seus itineraris professionals i/o en altres activitats acadèmiques que estiguin cursant. L'assignatura permetrà obtenir les pautes també per a poder incorporar la visió circular en els TFGs, podent optar així als premis de Treball de Final de Grau Circular del Tecnocampus. Based on providing students with (and putting into practice) knowledge about the Circular Economy, with the participation of several experts and professionals in the sector, to be able to incorporate knowledge about sustainability and the strategies they can apply in the his professional career. During the elective, an applied project will be carried out, with support from a tutor.
BIP-Blended Intensive Programme- Case studies in Transportation (Semipresencial)			4t	Segon	Anglès	5	Projecte col·laboratiu amb IUT Lumière Lyon 2 i University of Piraeus, en el marc del BIP. El curs no només permetrà als nostres estudiants tenir una experiència d'internacionalització mitjançant l'estadia d'una setmana a Lyon, sinó que també els hi permetrà assistir a classes amb professorat de les tres universitats i desenvolupar tasques amb estudiants francesos i grecs. Proyecto colaborativo con IUT Lumière Lyon 2 y University of Piraeus, en el marco del BIP.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							El curso no sólo permitirá a nuestros estudiantes tener una experiencia de internacionalización mediante la estadía de una semana en Lyon, sino que también permitirá asistir a clases con profesorado de las tres universidades y desarrollar tareas con estudiantes franceses y griegos. Collaborative project with IUT Lumière Lyon 2 and University of Piraeus, within the framework of the BIP. The course will not only allow our students to have an internationalization experience through a one-week stay in Lyon, but will also allow them to attend classes with professors from the three universities and develop assignments with French and Greek students .
Gestió i direcció de ports esportius (online)	6098	Rosana Salama	4t	Primer	Castellà	5	L'assignatura es basa en conèixer la gestió empresarial dels ports esportius i comprendre l'entramat empresarial que fa vida en un port d'aquestes característiques. A més, es pretén analitzar els fluxos de negoci existents en els ports esportius i conèixer quines són les activitats de generació de valor i les connexes pròpies de la vida d'un port esportiu. <i>The subject is based on knowing the business management of marinas and understanding its business structure. In addition, it is intended to analyse the existing business flows in the marinas and to know which are the activities that generate value.</i>

Notacions:

1. T : Tarda, M: Matí
2. (*) L'assignatura optativa ITINERARI EMPRENEDOR es matricula a posteriori del procés de matrícula i només en el cas que l'estudiant hagi seguit l'itinerari al llarg dels cursos acadèmics i disposi de les qualificacions necessàries
3. La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants

Grau Màrqueting i CD

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
Marketing simulations- Strategy and analysis	5070	Saeed Abbas Shah	3r	Primer	Anglès	6	Aquest curs es basarà exclusivament en la simulació, per al que utilitzarem 2 o 3 simulacions de la plataforma editorial de l'Harvard Business School i de l'empresa StratX Simulations, productora de la mundialment coneguda simulació MarkStrat. Serà una experiència totalment nova per als estudiants treballar en escenaris de mercat reals i competir amb els seus companys de classe en el mateix mercat simulat, la qual cosa aportarà més emoció i impartirà coneixements pràctics. Els objectius d'aprenentatge són: • Entendre la dinàmica de l'estratègia i la competència en els mercats de plataformes. • Aprendre a gestionar negocis tecnològics basats en subscripcions. • Entendre com fer front a la disrupció creada per la substitució tecnològica. • Aprendre la importància de l'enfocament i la diferenciació en l'estratègia competitiva. This course would be purely simulation based, where we can use 2-3 simulations, from Harvard Business School Publishing platform and StratX Simulations company which is the producer of world renown simulation MarkStrat. This will be purely new experience for the students to work in real market based scenarios and compete with their class-fellows in same simulated market which would bring more excitement and impart practical knowledge. Learning objectives are:

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							• Understand dynamics of strategy and competition in platform markets. • Learn how to manage subscription-based technology businesses. • Understand how to deal with disruption created by technology substitution. • Learn the importance of focus and differentiation in competitive strategy.
Integrated marketing communications	5071	Vera Butkouksaya	3r	Primer	Anglès i Castellà	6	L'objectiu principal del curs és comprendre l'estat actual de l'art en les comunicacions de màrqueting multicanal i omnicanal i aprendre: • Com es construeixen les comunicacions en el nou ecosistema digital? • Com poden les empreses utilitzar el big data disponible sobre les tendències dels clients i les accions competitives per a millorar la seva estratègia de comunicació? • Com es pot construir una comunicació digital interactiva per a millorar la participació del client? • Com pot comunicar l'empresa perquè el receptor percebi correctament el missatge? • Com pot l'empresa utilitzar la retroalimentació per a millorar l'acompliment de la comunicació i retenir als clients? • Com poden les empreses mesurar l'eficàcia de les seves comunicacions de màrqueting digital? The main objective of the course is to understand the current state of the art in multichannel and omnichannel marketing communications and to learn: • How are communications built in the new digital ecosystem? • How can companies use the available big data on customer trends and competitive actions to improve their communication strategy? • How can interactive digital communication be built to improve customer engagement? • How can the company communicate so that the receiver will perceive the message correctly?

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							- How can the company use the feedback to improve communication performance and retain customers? - How can companies measure the effectiveness of their digital marketing communications?
Aplicaciones de Inteligencia Artificial en Marketing	???	Alejandro Terbeck	3r	Primer	Castellà	6	L'objectiu d'aquest curs és ensenyar als participants a dominar ChatGPT i la intel·ligència artificial per a millorar les seves oportunitats laborals, negocis i augmentar la seva productivitat en diversos camps. Al llarg del curs, s'exploraran en profunditat les aplicacions pràctiques de ChatGPT i com integrar-lo amb altres eines i tecnologies. Els estudiants aprendran com utilitzar ChatGPT de manera efectiva en àrees com a xarxes socials, màrqueting digital, publicitat, SEO, copywriting, e-mail màrqueting i més. The objective of this course is to teach participants how to master ChatGPT and artificial intelligence to improve their job opportunities, business and increase their productivity in various fields. Throughout the course, the practical applications of ChatGPT and how to integrate it with other tools and technologies will be explored in depth. Students will learn how to use ChatGPT effectively in areas such as social media, digital marketing, advertising, SEO, copywriting, email marketing and more.
Branded Content	5065	Anna Llacher	3r	Primer	Català	6	Els i les estudiants aprendran els passos que s'han de seguir per assumir el canvi de model comunicatiu basat en col·locar al consumidor, de forma immersiva, en el centre de les estratègies i a les marques en el centre de les històries. El Branded Content serà el concepte transversal de tota l'assignatura, el motiu i l'excusa per parlar i profunditzar sobre creativitat, màrqueting digital, xarxes socials, storytelling

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							i producció audiovisual. Tot això, per acabar interioritzant per què serveix el Branded Content, com es gesta, com s'executa, i com es valora el retorn de la inversió. The student will learn the steps that must be followed to assume the change of the communicative model based on placing the consumer, in an immersive way, at the center of the strategies and the brands at the center of the stories. The Branded Content will be the transversal concept of the entire subject, the reason and the excuse to speak about creativity, digital marketing, social networks, storytelling and audiovisual production.
Iniciació al Neuromàrqueting i a la Neuroeconomia	5060	Jordi Bernal	3r	Primer	Català	6	-Aconseguir que l'estudiant compregui els fonaments de la Neuroeconomia i del Neuromàrqueting. -Entendre el caràcter científic de la metodologia de treball del Neuromàrqueting -Arribar a plantejar i portar a terme experiments senzills per avaluar la presa racional / no racional de decisions de consum en diferents àmbits. -Entendre els factors externs i interns que influeixen en la presa de decisions, en particular les decisions de compra. - Get the student to understand the fundamentals of neuroeconomics and neuromarketing. - Understand the scientific nature of the Neuromarketing work methodology. - Get to propose and carry out simple experiments to evaluate the rational / non-rational consumption decision making in different areas.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							- Understand the external and internal factors that influence decision-making, particularly purchasing decisions.
SoLoMo	5066	Jordi Oller	4t	Tercer	Castellà	4	Reconèixer el paper creixent que tenen el consum social en les decisions de compra dels consumidors. Identificar les principals tecnologies i aplicacions que faciliten la geolocalització i la seva interacció amb les xarxes socials en el procés de compra. Identificar les bases per desenvolupar projectes emprenedors basats en les Estratègies de Màrqueting SoLoMo. Recognize the growing role of social consumption in consumer purchasing decisions. Identify the main technologies and applications that facilitate geolocation and its interaction with social networks in the purchase process. Identify the bases to develop entrepreneurial projects based on SoLoMo Marketing Strategies.
Google Analytics	5067	Ignasi Prat	4t	Primer	Català	4	- Entendre el rol de l'analítica web dins l'empresa. - Ser capaç d'entendre, medir i analitzar les mètriques i el comportament dels usuaris dins d'una pàgina web amb l'eina Google Analytics. - Tenir l'habilitat per comunicar recomanacions accionables sobre aquestes mètriques per tal de millorar el rendiment de la pàgina web i per extensió l'empresa. - Understand the role of web analytics within the company.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							- Being able to measure and analyze the parameters and behavior of users on a web page. - Have the ability to communicate actionable recommendations on these parameters to improve the performance of the website.
Estratègies de captació per a eCommerce	5224	Bruno Gabarrón	4t	Primer	Català	4	Ensenyar als/les alumnes a establir un pla de paid media i executar-lo, abordant els nivells estratègics, operatius i analítics. Estratègics: obtenir informació rellevant sobre l'empresa, els productes i/o serveis que ofereixen, els clients a qui s'enfoquen i els canals on trobar-los. A més de definir una estratègia a cadascun dels canals adients, tenint en compte el funnel de vendes (branding, prospecting, retargeting i upsell/cross sell). Operatius: configurar i vincular les diferents plataformes amb la web, dissenyar els diferents anuncis i textos, preparar i activar les campanyes. Analítics: analitzar els resultats obtinguts als diferents canals, creant informes i realitzar els canvis necessaris per optimitzar les campanyes. Teach students to establish a paid media plan and execute it, addressing the strategic, operational and analytical levels. Strategic: obtain relevant information about the company, the products and/or services they offer, the customers they target and the channels where they can be found. In addition to defining a strategy for each of the appropriate channels, taking into account the sales funnel (branding, prospecting, retargeting and upsell / cross sell). Operational: configure and link the different platforms with the web, design the different ads and texts, prepare and activate the campaigns. Analytics: analyze the results obtained in the different channels, creating reports and making the necessary changes to optimize the campaigns.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
Màrqueting sensorial	5062	Sandra Iruela	4t	Primer	Català	4	En finalitzar aquest curs el participant sabrà la importància i el paper clau dels aspectes sensorials en la seva estratègia de màrqueting, com identificar-los i com actuar amb ells. A més, afegirà la part tècnica d'aquesta fascinant matèria, sobretot lligada al món de les fragàncies, sobre com tenir pautes per a aplicació de odotipos i campanyes de màrqueting olfatiu. At the end of this course the participant will know the importance and the key role of sensory aspects in their marketing strategy, how to identify them and how to act with them. In addition, he will add the technical part of this fascinating subject, especially linked to the world of fragrances, on how to have guidelines for the application of odotypes and olfactory marketing campaigns.
Màrqueting industrial: B2B	5225	Jordi Senespleda	4t	Primer	Català	4	En finalitzar el curs el participant tindrà un alt coneixement del Màrqueting industrial o B2B, el participant coneixerà perfectament amb exemples pràctics i teòrics la importància i els factors clau del Màrqueting entre empreses. Generalment tothom quan parla del màrqueting està pensant en Màrqueting B2C, en els consumidors finals, en persones com nosaltres, però perquè un producte sigui fabricat i comercialitzat fins al consumidor final, haurà d'existir en la majoria de les ocasions una relació comercial entre empreses, el B2B, que òbviament és diferent al B2C. Les motivacions d'una empresa són molt diferents a les nostres motivacions de compra com a consumidors finals. At the end of the course, the participant will have a high level of knowledge of industrial Marketing or B2B, the participant will know perfectly with practical and theoretical examples the importance and key factors of Marketing between companies. Generally, when everyone talks about marketing, they are thinking of B2C Marketing, of final consumers, of people like us, but for a product to be manufactured and marketed to the final consumer, in most cases there must be a commercial relationship between companies, B2B, which is obviously different from

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							B2C. The motivations of a company are very different from our purchase motivations as final consumers.
Retail Marketing	5064	Ester Hidalgo	4t	Primer	Castellà	4	-Obtenir una visió global Retail. -Entendre què és l'experiència de compra i quins aspectes la defineixen. -Analitzar de forma professional un concepte comercial, a través d'una visita estructurada a botiga. -Deduir l'estratègia darrere d'un concepte comercial: Target, Posicionament, Procés de compra. -Extreure aprenentatges i proposar millores per a alinear estratègia i tàctica, com a clau per a la diferenciació i perdurabilitat en el mercat d'una insígnia Retail. - Get a global vision of the Retail business. - Understand what the shopping experience is and what aspects define it. -Professionally analyze a commercial concept, through a structured visit in store. -Deduce the strategy behind a commercial concept: Target, Positioning, Purchase process. -Extract learning and propose improvements to align strategy and tactics, as a key to differentiation and durability in the market of a Retail badge.
Disseny gràfic	5063	Zahaira González	4t	Segon	Castellà	6	Situar la disciplina del disseny gràfic en el context històric. Entendre els fonaments i conceptes bàsics del disseny gràfic.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							Obtenir coneixements addicionals de Illustrator i Photoshop. Ser capaç d'entendre, gestionar i comunicar les claus d'un projecte de disseny gràfic. - Place the discipline of graphic design in the historical context. - Going beyond the fundamentals and basic concepts of graphic design. - Get additional knowledge of Illustrator and Photoshop. - Being able to understand, manage and communicate the keys of a graphic design project.
Eines professionals de màrqueting digital	5110	Elisabeth Guillén	4t	Segon	Català	6	El principal objectiu d'aquesta optativa és que els alumnes coneguin les eines de màrqueting professional, així com el seu funcionament a través de l'ús de les eines a l'aula. L'optativa està pensada per ser eminentment pràctica, però sempre raonant el per què utilitzem una eina o una altra. Objectius específics: - Conèixer com aprofitar les principals eines digitals per al desenvolupament d'una estratègia de màrqueting digital. - Saber com funcionen a través de l'aprenentatge pràctic les principals eines de màrqueting digital. - Descobrir el poder de les eines digitals en l'estratègia de màrqueting de qualsevol empresa. - Saber analitzar i gestionar la informació que ens aporten les eines per prendre les decisions més encertades. - Conèixer les diferents eines i saber triar la que millor s'adapti a les necessitats del negoci.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							The main objective of this elective is for students to learn about professional marketing tools, as well as how they work through the use of tools in the classroom. The elective is designed to be eminently practical, but always reasoning why we use one tool or another. Specific objectives: - Know how to take advantage of the main digital tools for the development of a digital marketing strategy. - Know how the main digital marketing tools work through practical learning. - Discover the power of digital tools in the marketing strategy of any company. - Know how to analyze and manage the information provided by the tools to make the best decisions. - Know the different tools and know how to choose the one that best suits the needs of the business.
Growth Hacking	5333	Giovanni Giusti	4t	Segon	Castellà	6	En comptes de fer llançaments hípers costosos de producte usant estratègies de màrqueting tradicional, moltes startups com ara Dropbox, Evernote, Twitter, Facebook, van saber créixer des de baix, aprofitant les seves capacitats tècniques, el seu enginy i inquietud per provar noves idees, implementar un procés d'experimentació constant que trenqués el statu quo del que estava establert. A diferència d'altres empreses, les que apliquen Growth Hacking aposten per atreure als seus clients utilitzant les mètriques i evitar la realització d'accions úniques que no tinguin retorn com pot ser una gran campanya de màrqueting aïllada. Els objectius del curs són:

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							- Entendre la startup com un procés sistemàtic d'experimentació on es proven coses que poden o no funcionar, i s'aprèn en el curs de l'activitat en lloc d'intentar que tot surti bé d'una sola vegada. - Saber implementar tècniques que ajudin a escalar vendes, a millorar els Key Performance Indicators (KPI 's) de el negoci, a captar nous clients i fins i tot a muntar Funnels de venda automatitzats. Instead of making hyper expensive product launches using traditional marketing strategies, many startups such as Dropbox, Evernote, Twitter, Facebook, knew how to grow from the bottom up, taking advantage of their technical capabilities, their ingenuity and restlessness to try new ideas, implementing a process of constant experimentation that broke the status quo of what was established. Unlike other companies, those that apply Growth Hacking bet to attract customers using metrics and avoid carrying out single actions that have no return as can be a large isolated marketing campaign. The objectives of the course are: - Understand the startup as a systematic process of experimentation where you try things that may or may not work, and learn in the course of the activity rather than trying to get everything right all at once. - Know how to implement techniques that help to scale sales, to improve the Key Performance Indicators (KPIs) of the business, to attract new customers, and even to set up automated sales funnels.
App Marketing	5072	Ignasi Prat	4t	Segon	Català	6	• Aprendre a crear i optimitzar campanyes per a apps en les dues plataformes més importants: Android & iOS.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							• Entendre els elements que determinen un bon posicionament orgànic de les apps en les seves respectives stores (Google Play & App Store) així com bones pràctiques de testatge. • Comprendre les mètriques d'app màrqueting. • Conèixer els models de negoci a l'hora de monetitzar una app amb els seus pros i les seves contres. • Bones pràctiques per a fer un bona impressió als nous usuaris. • Bones pràctiques per a retenir la teva audiència. • Saber optimitzar tots els punts anteriors. - Learn how to create and optimise campaigns for apps on the two most important platforms: Android & iOS. - Understand the elements that determine a good organic positioning of apps in their respective stores (Google Play & App Store) as well as good testing practices. - Understand app marketing metrics. - Knowing the business models when it comes to monetising an app with their pros and cons. - Best practices to make a good impression on new users. - Good practices to retain your audience. - Know how to optimise all the above points.
Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a la transició cap a negocis de futur	1223	Maria Armifàna	3r/4t	Segon	Català	6	L'assignatura es basa en proporcionar als estudiants (i posar en pràctica) els coneixements sobre l'Economia Circular, amb la participació de diverses persones expertes i professionals del sector, per poder incorporar els coneixements sobre

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
							sostenibilitat i les estratègies que podran aplicar en la seva carrera professional. Durant l'optativa es durà a terme un projecte aplicat, amb un/a tutor/a de suport. <i>Based on providing students with (and putting into practice) knowledge about the Circular Economy, with the participation of several experts and professionals in the sector, to be able to incorporate knowledge about sustainability and the strategies they can apply in his professional career. During the elective, an applied project will be carried out, with support from a tutor.</i>
Itinerari emprenedor	1180	Màrian Buil/ Estel Paloma	3r/4t	Primer, segon, tercer	Català	6	En aquest itinerari s'adquiriran competències i coneixements per dissenyar projectes amb impacte positiu que generin una transformació en l'entorn econòmic, social i ambiental. In this itinerary, you will acquire skills and knowledge to design projects with a positive impact that generate a transformation in the economic, social and environmental environment.

Notacions:

1. T : Tarda, M: Matí
2. (*) L'assignatura optativa ITINERARI EMPRENEDOR es matricula a posteriori del procés de matricula i només en el cas que l'estudiant hagi seguit l'itinerari al llarg dels cursos acadèmics i disposi de les qualificacions necessàries
3. La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants

Grau Turisme i G Ll

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
Alemanys	6143	PEI	4t	Primer, segon, tercer	Alemanys	6	
Francès	6142	PEI	4t	Primer, segon, tercer	Francès	6	
Gestió i direcció de ports esportius (online)	6098	Rosana Salama	4t	Primer	Castellà	5	L'assignatura es basa en conèixer la gestió empresarial dels ports esportius i comprendre l'entramat empresarial que fa vida en un port d'aquestes característiques. A més, es pretén analitzar els fluxos de negoci existents en els ports esportius i conèixer quines són les activitats de generació de valor i les connexes pròpies de la vida d'un port esportiu. <i>The subject is based on knowing the business management of marinas and understanding its business structure. In addition, it is intended to analyse the existing business flows in the marinas and to know which are the activities that generate value.</i>
Xarxes socials	300413	Bruno Gabarrón	4t	Primer	Català	6	Planificar, executar i avaluar una estratègia de xarxes socials
Disseny i gestió de la innovació	300520	Ismael Hernández	4t	Segon	Català	6	Dissenyar i implementar un model de gestió de la innovació adaptat a les necessitats de cada organització
Noves tendències de màrqueting	1173	Zahaira González	4t	Tercer	Castellà	4	Anàlisi de noves tendències en màrqueting per adaptar-se a entorns canviants.

Assignatura Enllaç video	codi	Professor	Curs	Trimestre	IDIOMA	ECTS	Objectiu
Italià	6141	PEI	4t	Primer, segon, tercer	Italià	6	
Itinerari emprenedor	1180	Màrian Buil/ Estel Paloma	3r/4t	Primer, segon, tercer	Català	6	En aquest itinerari s'adquiriran competències i coneixements per dissenyar projectes amb impacte positiu que generin una transformació en l'entorn econòmic, social i ambiental. In this itinerary, you will acquire skills and knowledge to design projects with a positive impact that generate a transformation in the economic, social and environmental environment.
Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a la transició cap a negocis de futur	1223	Maria Armiñana	3r/4t	Segon	Català	6	L'assignatura es basa en proporcionar als estudiants (i posar en pràctica) els coneixements sobre l'Economia Circular, amb la participació de diverses persones expertes i professionals del sector, per poder incorporar els coneixements sobre sostenibilitat i les estratègies que podran aplicar en la seva carrera professional. Durant l'optativa es durà a terme un projecte aplicat, amb un/a tutor/a de suport. <i>Based on providing students with (and putting into practice) knowledge about the Circular Economy, with the participation of several experts and professionals in the sector, to be able to incorporate knowledge about sustainability and the strategies they can apply in his professional career. During the elective, an applied project will be carried out, with support from a tutor.</i>

Notacions:

1. T : Tarda, M: Matí
2. (*) L'assignatura optativa ITINERARI EMPRENEDOR es matricula a posteriori del procés de matrícula i només en el cas que l'estudiant hagi seguit l'itinerari al llarg dels cursos acadèmics i disposi de les qualificacions necessàries
3. La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants