Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació

Proposta d'Optativitat curs 2020-21

ATENCIÓ: "Es recorda als estudiants que han d'acumular 20 ECTS d'assignatures optatives"

Els horaris de les assignatures que conformen les matèries 1 i 2 els trobaràs integrats en l'horari d'AdE i Gi.

Els horaris i guies docents de la resta d'assignatures els trobaràs en els horaris del Grau de pertineça (ajudat dels codis indicats).

A totes les assignatures es realitza un examen com a part de l'avaluació.

Per qualsevol aclariment contacta amb la coordinadora (Núria Masferrer: nmasferrere@tecnocampus.cat)

Matèria optativa 1.- Lideratge emprenedor i innovació

Codi	Nom assignatura català	Professor	Idioma	ECTS	Grup	Matí (8h-15h)	Tarda (15h-21h)	Trim.	Trim.	Trim.	Observa-cions	places limitades
1142	Noves tendències: Dirigir amb intel·ligència emocional	Núria Fernàndez	català	5	1	x		1				
1040	Habilitats per a la direcció i el lideratge	Núria Fernàndez	català	5	1	x			2			
1151	Zen business: Estratègies de desenvolupament i creació de valor empresarial d'alt Impacte holístic.	Manel Lesta	català	5	1	x				3		
1156	WebAnalytics	Vera Butkouskaya	anglès	5	9	x				3		

Codi	Nom assignatura català	Professor	Idioma	ECTS	Grup	No presencials	Trim.	Trim.	Trim.	Observa-cions	places limitades
1150	El meu pla personal (on line)	Albert Rof	anglès	5	9	On-line			3		30
1180	Itinerari emprenedor(*)	Màrian Buil/ Estel Paloma	català	6	1		1	2	3		

(*) Reconeixements d'activitats cursades al llarg de la carrera. No és pròpiament una assignatura a cursar.

Materia optativa 2.- Eines avançades d'administració empresarial

Codi	Nom assignatura català	Professor	Idioma	ECTS	Grup	Matí (8h-15h)	Tarda (15h-21h)	Trim.	Trim.	Trim.	Observa-cions	places limitades
1063	Història ecònomica mundial	Ismael Hernández/ Eloi Serrano	català	5	1	x		1				
1164	Instruments financers	Sergi Serrano	català	6	1	x		1				
1116	Introducció al SAP	Empresa Amantium	català	5	1	x			2		*CERTIFICAT*	30
1176	Estratègies empresarials i models de negoci sostenibles	Mar Isla/ Maria Armiñana	català	6	1	x			2			
1158	Strategic Procurentment Innovation	Miguel Saiz	anglès	5	9	x			2			
1177	Excel per a controller	Axel Ehberger	castellà	5	1	x			2			
1045	Anàlisis d'estats comptables	Reza Gheshmi	anglès	5	9	x			2			
1163	Empresa familiar	Carlos Ordax	català	5	1	x				3		

Codi	Nom assignatura català	Professor	Idioma	ECTS	Grup	No presencials	Trim.	Trim.	Trim.	Observa-cions	places limitades
1153	Fonaments de la Gestió Esportiva (online)	Victor Jordan+ team	anglès	5	9	On-line	1				30
1179	Mentoring com a eina de millora de la gestió empresarial	Màrian Buil/ Yolanda Tarango	català	4	1	On-line	1				
1178	Finances internacionals	Josep Torres	anglès	5	9	On-line	1				
1059	Auditoria (semipresencial)	José Luís Martinez	català	5	1	Semipresencial		2			
1154	Sport Management (online)	Xavi Moya	català	5	1	On-line		2			30

Del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals (i del Doble Grau)

Codi	Nom assignatura català	Professor	Idioma	Curs	ECTS	Grup	Matí (8h-15h)	Tarda (15h-21h)	Trim.	Trim.	Trim.	Observa-cions	places limitades
500210	Disseny de producte i gestió de marca	Toni Caparrós	Català	2on curs	6	5		x	1				10
120210	Disseny de producte i gestió de marca	Toni Caparrós	Català	2on curs	6	8		x	1				10
500211	Investigació de mercats	Helena Hernández	castellà	2on curs	6	5		x	1				10
5034	Implicacions econòmiques i socials a les xarxes socials	Alek Kucel	anglès	4rt curs	6	5		x	1				10
5034	Implicacions econòmiques i socials a les xarxes socials	Alek Kucel	castellà	4rt curs	6	8		x	1				10
500122	Introducció al disseny gràfic	Carles Garía/ Julen Izueta	castellà	1er curs	4	5		x		2			5
120122	Introducció al disseny gràfic	Carles Garía/ Julen Izueta	castellà	1er curs	4	8		x		2			5
500120	Gestió de plataformes digitals	Àlex Araujo	català	1er curs	6	5		x		2			10
120220	Gestió de plataformes digitals	Àlex Araujo	Català	2on curs	6	8		x		2			10
500221	Definició de preu i proposta de valor	Roberto Dopeso	castellà	2on curs	4	51		x		2			10
120221	Definició de preu i proposta de valor	Roberto Dopeso	castellà	2on curs	4	8		x		2			10
5019	Màrqueting social i d'esdeveniments	Judith Turrió/ Ester Hidalgo	castellà	3er curs	4	5 ó 8		x		2			10
500313	Reputació on line i identitat digital	Georgina Dalmau	castellà	3er curs	6	5		x		2			10
5028	Reputació on line i identitat digital	Zahaira González	castellà	3er curs	6	8		x		2			10
500322	Estratègia i gestió de vendes	Carlos Ordax	català	3er curs	4	5		x		2			10
120323	Estratègia i gestió de vendes	Carlos Ordax	català	3er curs	4	8		x		2			10
5064	Retail Marketing	Sashka Krtolica	castellà	Optativa	5	4		x		2			10
500132	Comportament del consumidor	Pau Carratalà	castellà	1er curs	4	5		x			3		10
120230	Investigació de mercats	Helena Hernández	castellà	2on curs	6	8		x			3		10
120133	Comportament del consumidor	Pau Carratalà	castellà	1er curs	4	8		x			3		10
500230	Distribució, logística i relació amb els canals	Esteban Escorcia Glz.	castellà	2on curs	4	5		x			3		10
120234	Distribució, logística i relació amb els canals	Esteban Escorcia Glz.	castellà	2on curs	4	8		x			3		10
500232	Estratègies de Publicitat i promoció	Thibisay González	castellà	2on curs	4	5		x			3		10
120235	Estratègies de Publicitat i promoció	Thibisay González	castellà	2on curs	4	8		x			3		10
500231	Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Toni Caparrós	castellà	2on curs	6	5		x			3		10
120331	Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Alejandro Terbeck	castellà	3er curs	6	8		x			3		10
5066	SoLoMo. Estratègies en Mobilitat, proximitat i geolocalització (semipresecial)	Jordi Oller	castellà	Optativa	4	5		x			3		10

Del Grau en Logística i negocis marítims

Codi	Nom assignatura català	Professor	Idioma	Curs	ECTS	Grup	Matí (8h-15h)	Tarda (15h-21h)	Trim.	Trim.	Trim.	Observa-cions	places limitades
110017	Economia del transport	Valeria Bernardo	anglès	2on curs	6	11		x	1				10
110023	Emmagatzematge i distribució	Oscar Ródenas	castellà	1er curs	6	11		x	1				10
110005	Fonaments de logística empresarial	Esteban Escorcia Glz.	castellà	1er curs	6	11		x		2			10
110007	Empresa i negocis marítims	Juan Zamora/ Agustí Montori	castellà	1er curs	6	11		x		2			10
110028	Gestió de procediments duaners	Jose Miguel Aliaga	castellà	3er curs	6	11		x		2			10
110038	Logística del Sector Químic i Farmacèutic	Laura Cabeza	castellà	Optativa	0 5	11		Semipresencial		2			10
110045	Logística inversa i del sector tèxtil	Carlos Par	castellà	Optativa	0 5	11		x		2			10
110040	Logística Sectorial Automociò	Valeria Bernardo	castellà	Optativa	0 5	11		Semipresencial		2			10
110053	Emmagatzematge i distribució	Valeria Bernardo	castellà	1er curs	6	11		x			3		10
110009	Economia marítima	Enric Palau	català	1er curs	6	11		x			3		10
110046	Gestió naviliera	Jesús E. Martínez	castellà	1er curs	4	11		x			3	*COST DE VIATGE NO INCLÒS*	10
110032	Gestió d'empreses i activitats Nàutiques	Ernesto Martínez de Carbajal	castellà	3er curs	6	11		x			3		10

Del Grau en Turisme i Gestió del Lleure (i del Doble grau)

Codi	Nom assignatura català	Professor	Idioma	Curs	ECTS	Grup	Matí (8h-15h)	Tarda (15h-21h)	Trim.	Trim.	Trim.	Observa-cions	places limitades
6140	Gestió i direcció de ports esportius (online)	Jesús E. Martínez	castellà	Optativa	5	6	On-line		1				10
6140	Gestió de plataformes digitals (online)	Alex Araujo	català	Optativa	5	6	On-line			2			10
6028	Organització de grans esdeveniments	Thibisay González	castellà	3er curs	4	67	x			2			5
6025	Planificació turística	Benet Maimí	català	3er curs	4	67	x			2			10
6031	Investigació de mercats	Roberto Dopeso	anglès	3er curs	6	67	x				3		10
6137	Sostenibilitat i avaluació de l'impacte del turisme	Judith Turrió	castellà	3er curs	6	67	x				3		10

DESCRIPCIÓ DELS OBJECTIUS DE CADA ASSIGNATURA

Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
Proposta d'Optativitat curs 2020-21

Matèria optativa 1.- Lideratge emprenedor i innovació

Codi	Nom assignatura català	Objectiu
1142	Noves tendències: Dirigir amb intel·ligència emocional	En acabar l'assignatura l'estudiant entendrà 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.
1040	Habilitats per a la direcció i el lideratge	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 (presencial i virtual).
1151	Zen business: Estratègies de desenvolupament i creació de valor empresarial d'alt Impacte holístic.	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.
1156	WebAnalytics	Aquesta assignatura proporciona als estudiants els coneixements bàsics sobre eines i aplicacions d'anàlisi web, així com el coneixement bàsic de la decisió basada en el comportament del client online. L'objectiu és familiaritzar-se amb els mercats online impulsats per les dades, la recopilació i anàlisi intel·ligent de dades i la presa de decisions de màrqueting online.

Codi	Nom assignatura català	Objectiu
1150	El meu pla personal (on line)	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.
1160	Itinerari emprenedor(*)	

(*) Reconeixements d'activitats cursades al llarg de la carrera. No és pròpiament una assignatura a cursar.

Materia optativa 2.- Eines avançades d'administració empresarial

Codi	Nom assignatura català	Objectiu
1063	Història ecònomica mundial	Els objectius de l'assigantura són reconèixer les principals tendències, etapes i factors de canvi de l'economia mundial. Comprendre que el món actual, en tota la seva diversitat i complexitat, és resultat de l'existència de diferents trajectòries històriques. Entendre que el creixement és un concepte dinàmic i temporal. Aplicar el raonament lògic en la deducció de les conseqüències que es deriven d'implementar polítiques econòmiques concretes. Plantejar-se la necessitat d'adaptació a la realitat canviant del nostre món.
1164	Instruments financers	Assignatura orientada a conèixer els trets fonamentals del Sistema Financer. (Fonamentalment l'Europeu i l'Espanyol). S'analitzen el sistema bancari, els mercats monetaris, de renda fixa, de capitals i de derivats. Es fa esment dels instruments utilitzats pels inversors per obtenir els objectius financers de rendibilitat, risc i liquiditat.
1116	Introducció al SAP	L' estudiant aprendrà els conceptes i processos bàsics de SAP que cobreixen les necessitats dels processos de negoci de les següents àrees de l'empresa: Vendes i Distribució, Gestió de Materials, Finances, i Controlling. També s'obtindran coneixements d'ús de SAP treballant amb un emulador del sistema.
1176	Estratègies empresarials i models de negoci sostenibles	L'assignatura es basa en donar coneixements pràctics als estudiants per poder-los incorporar al seu lloc de treball. 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 el coneixement per la futura aplicació.
1158	Strategic Procurentment Innovation	Permet introduir-se en una de les professions especialitzades amb més creixement salarial i amb més demanda actual i futura dins les empreses: Compres, l'àrea que gestiona la rendibilitat del negoci captant innovació, les millors solucions en costos directes i indirectes. Capacita els alumnes a: optimitzar costos, optimitzar processos, captar la innovació mitjançant les relacions amb proveïdors, stakeholders i el marquèting invers, fer anàlisi estratègic de les despeses, negociació, definició i gestió de relacions amb proveïdors clau i client intern, etc.
1177	Excel per a controller	Ensenyar de manera pràctica les aplicacions més útils de l'eina Excel, en l'ampli context del *Controlling* .
1045	Anàlisis d'estats comptables	L'estudiant podrà analitzar els estats financers d'una empresa i conèixer la situació financera i patrimonial d'aquesta entitat. Coneixerem les diferències entre el compte de pèrdues i guanys i la generació de tresoreria així com les principals masses patrimonials. Per últim treballarem amb els principals ratis financers que ens ajuden a poder comparar una empresa amb altres del mateix sector.
1163	Empresa familiar	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.

Codi	Nom assignatura català	Objectiu
1153	Fonaments de la Gestió Esportiva	El programa treballarà eines conceptuals i procedimentals que permetran a l'estudiant desenvolupar i exercir l'activitat professional en l'àmbit de la gestió de l'esport (Gestió estratègica, financera i de persones, màrqueting esportiu, etc.). També tindrà en compte que els professionals han d'enfrontar un replantejament constant de la seva activitat.
1179	Mentoring com a eina de millora de la gestió empresarial	L'assignatura pretén donar a conèixer als estudiants el *mentoring* com una eina de millora per la gestió empresarial alhora que els permetrà experimentar un procés d'autoconeixement i creixement personal a través de l'assoliment de reptes que es plantegin.
1178	Finances internacionals	Identificar i protegir a l'empresa mitjançant instruments de cobertura sobre tipus de canvi, particularment amb l'ús de derivats financers.
1059	Auditoria	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.
1154	Sport Management	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.

Del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals (i del Doble Grau)

Codi	Nom assignatura català	Objectiu
500210/ 120210	Disseny de producte i gestió de marca	Entendre perquè hi ha productes que val la pena ser comercialitzats, conèixer les tècniques per diferenciar els productes i les marques, dissenyant una proposta de valor desenvolupant en els alumnes, la capacitat de veure oportunitats de millora i noves formes de resoldre necessitats reals del consumidor, a través de la creació i disseny de productes i marques. Ser capaç de llençar un producte al mercat amb mètode i entendre el seu cicle de vida.
500211/ 120230	Investigació de mercats	Comprendre i aplicar els conceptes fonamentals i les lleis que regeixen l'economia de mercat: demanda i oferta de mercat, preus i quantitats d'equilibri, elasticitats, etc.
5034	Implicacions econòmiques i socials a les xarxes socials	Dominar les eines tecnològiques bàsiques per l'aprofitament dels recursos de màrqueting, e-màrqueting i xarxes socials com a suport per la presa de decisions empresarials.
500122/ 120122	Introducció al disseny gràfic	Entendre els conceptes bàsics del disseny gràfic i retoc fotogràfic Entendre com aplicar els conceptes de disseny gràfic i retoc fotogràfic a productes finals. Tenir l'habilitat de transmetre les necessitats de disseny gràfic i retòc fotografic a professionals del secor. Tenir els coneixements bàsics de programes d'edició: Photoshop i Illustrator
500120/ 120220	Gestió de plataformes digitals	Dominar les eines tecnològiques bàsiques per a l'aprofitament dels recursos d'e-Màrqueting, i xarxes socials com a suport a la presa de decisions empresarials
500221/ 120221	Definició de preu i proposta de valor	Analitzar la competència empresarial i identificar mercats i clients comprenent el comportament dels consumidors i utilitzant les eines tecnològiques del Màrqueting
5019	Màrqueting social i d'esdeveniments	Dissenyar l'estratègia de Màrqueting mitjançant la utilització de tècniques avançades i innovadores, comprenent i aplicant els elements específics del Màrqueting en l'empresa per adaptar l'organització al nou entorn de Comunitats digitals
500313/ 5028	Reputació on line i identitat digital	Dominar les eines tecnològiques bàsiques per a l'aprofitament dels recursos d'e-màrqueting, xarxes socials i online reputation management (ORM) com a suport a la presa de decisions empresarials Comprendre críticament el context de la reputació i la identitat digital pel que fa a la construcció, manteniment, gestió i millora de la marca personal i corporativa
500322/ 120323	Estratègia i gestió de vendes	Mostrar habilitats estratègiques amb capacitat de veure l'entorn operatiu com un projecte, establir i assolir pautes a llarg termini, a gran escala en una dimensió global i internacional d'incertesa, incorporant la innovació i buscant xarxes de contacte per fer negocis de manera eficaç.
500132/ 120133	Comportament del consumidor	Anàlisi dels principals factors i protagonistes del mercat, escenari habitual de les activitats del Màrqueting. Estudi del comportament del consumidor.
500230/ 120234	Distribució, logística i relació amb els canals	Canals de distribució física i virtual. Selecció del canal adequat. Punt de venda. Presència del Màrqueting a la logística comercial i criteris per a la selecció del transport adequat: Trade Màrqueting i Retail Màrqueting.
500232/ 120235	Estratègies de Publicitat i promoció	Conèixer i ser capaç de desenvolupar el procés de Comunicació Integrada Corporativa i l'elaboració d'un Pla de Comunicació Estratègic
500231/ 120331	Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Dominar les eines tecnològiques bàsiques per a l'aprofitament dels recursos de Màrqueting, de l'e-Màrqueting i de les Xarxes Socials com a suport a la presa de decisions empresarials

Del Grau en Logística i negocis marítims

Codi	Nom assignatura català	Objectiu
110017	Economia del transport	Identificar els conceptes econòmics bàsics, així com el funcionament microeconòmic i macroeconòmic dels mercats Seleccionar i utilitzar instruments quantitatius per a la presa de decisions i contrast d'hipòtesis econòmiques en el sector del transport.
110023/ 11053	Emmagatzematge i distribució	Adquirir els coneixements bàsics necessaris per a poder escometre amb èxit les tasques relacionades amb l'emmagatzematge i la distribució de qualsevol empresa.
110005	Fonaments de logística empresarial	Identificar les diferents cadenes de subminsitrament. Valorar les millors opcions a la hora de gestionar les diferents processos empresarials. Subministrar les eines necessaries per prendre decisions a nivell empresarial
110007	Empresa i negocis marítims	L'alumne coneixerà les figures que intervenen en el transport marítim, en particular l'empresa naviliera i els agents que intervenen en els contractes de transport. Distingirà els diferents tipus de vaixells mercants i el modes i formes de transport marítim. Coneixerà l'evolució del transport marítim al llarg de la Història i el desenvolupament de l'instrument fonamental del comerç per via marítima: el vaixell. Coneixerà les funcions i organització dels ports i les terminals portuàries. Coneixerà les principals fonts d'informació a nivell internacional i nacional, i les associacions més rellevants del món marítim. Reconeixerà i distingirà els diferents agents que participen en la cadena de transport marítim, llurs organitzacions i associacions.
110028	Gestió de procediments duaners	Entendre els principals conceptes relacionats amb les duanes (associació de Lliure Comerç, unió aranzelària, etc.). Aplicar diferents mètodes de valoració del valor en Duana. Veure diferents política aranzelàries (nocions bàsiques de classificació aranzelària, política comercial convencional i bilateral, etc.)
110038	Logística del Sector Químic i Farmacèutic	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.
110045	Logística inversa i del sector tèxtil	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 l'empresa atenent a tots els processos productius del sector tèxtil.
110040	Logística Sectorial Automociò	Conèixer en profunditat: els models de producció i gestió de la cadena automotriu l'optimització de costos en la indústria automotriu la importància i logística del transport de l'automòbil via terrestre i marítima la regulació aplicable les tendències actuals en la indústria automotriu
110009	Economia marítima	En acabar la matèria, l'estudiant coneixerà els factors econòmics del transport marítim que influeixen en el funcionament eficient del transport de mercaderies. Des d'un punt de vista més general, l'estudiant adquirirà una visió global de com s'operen els vaixells per complir amb l'oferta i la demanda i entendrà el paper dels mercats i la competència.
110010	Gestió naviliera	Entendre en què consisteix la maritimización de l'economia contemporània: El "Cicle Marítim" en l'Economia. Conèixer la distribució geogràfica dels Tràfics marítims i els passos estratègics. Una introducció al trànsit Containerizado (tipus de contenidors, etc.) i als Costos d'Explotació del Vaixell. En el transcurs de l'assignatura es realitza una sortida en vaixell (no inclosa en el preu de l'assignatura) de dijous a dimarts en un vaixell mercant.
110032	Gestió d'empreses i activitats Nàutiques	Mostra coneixements sobre les activitats de gestió, direcció, control, organització i planificació d'indústries o explotacions relacionades amb les activitats de la nàutica i el transport marítim.

Del Grau en Turisme i Gestió del Lleure (i del Doble grau)

Codi	Nom assignatura català	Objectiu
6140	Gestió de plataformes digitals	Mostra coneixements sobre les activitats de gestió, direcció, control, organització i planificació d'indústries o explotacions relacionades amb les activitats de la nàutica i el transport marítim.
6028	Organització de grans esdeveniments	Gestionar i organitzar esdeveniments per impulsar una destinació turística i millorar el seu posicionament
6025	Planificació turística	Dissenyar la planificació i l'estratègia en la gestió de les destinacions turístiques per potenciar un desenvolupament local més sostenible i innovador Aplicar tècniques de planificació turística Aplicar i avaluar els diferents models i tipologies de la planificació i gestió dels espais turístics Valorar les polítiques públiques en matèria de Turisme i relacionar els aspectes econòmics amb l'actuació de poders públics i dels actors privats.
6031	Investigació de mercats	Comprendre i aplicar els conceptes fonamentals i les lleis que regeixen l'economia de mercat: demanda i oferta de mercat, preus i quantitats d'equilibri, elasticitats, etc.
6137	Sostenibilitat i avaluació de l'impacte del turisme	Avaluar els impactes del turisme. Dissenyar la planificació i estratègia en la gestió de les destinacions turístiques per a potenciar un desenvolupament local més sostenible i innovador.

DESCRIPCIÓ DELS CONTINGUTS DE CADA ASSIGNATURA

Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació
Proposta d'Optativitat curs 2020-21

Matèria optativa 1.- Lideratge emprenedor i innovació

Codi	Nom assignatura català	Contingut
1142	Noves tendències: Dirigir amb intel·ligència emocional	Noves tendències de comunicació en les organitzacions. Comunicació corporativa i integració. Noves Tendències en Direcció de Persones, el paper del líder digital / big data. Gestió del talent, "employee experience / guerra pel talent", la importància de la cultura, les condicions de treball i la inversió tecnològica. Direcció de persones (accions per millorar el balanç de Vida Personal / Professional, treballar en diferents llocs a l'oficina, horari flexible, treball per proyetos ...) Empreses més humanes 3.0 Reinvenció de les organitzacions, Frederic Lalaux. Intel·ligència Emocional i Coeficient Intel·lectual. Daniel Goleman. Neuromanagement, definició i incidència en l'empresa actual. Competències emocionals, empatia, comunicació assertiva, resiliència. Requisit dels perfils de l'empresa actual. Coaching Empowerment Lideratge de Equips de treball (referència a Lencioni) Engagement Personal Branding
1040	Habilitats per a la direcció i el lideratge	AUTOCONEIXEMENT PER AL AUTOLIDERATGE. - Millorar el nivell d'autoconeixement i autolideratge alineats amb els objectius professionals fixats. Quines són les meves competències. - Prendre consciència de la realitat (recursos cognitius, emocionals, filosòfics, socials, econòmics, entorn ...) vinculat a la nostra pròpia persona i projecte empresarial, així com, el de les parts interessades del nostre entorn i del nostre projecte. - Aprendre a fixar objectius de manera eficaç i eficient, així com passar a l'acció. - Presa eficaç i eficient de decisiones.El ús de la intuïció. - Nocions bàsiques de neuromanagement. EL LÍDER D'IDEES - Quin és el nostre concepte de líder ideal? - Quin tipus de líder volem arribar a ser? - El líder. Quin tipus de líder vull comunicar que sóc ?, Com? - Convèncer, persuadir i fidelitzar una idea, un projecte, una proposta, una solució - La gestió de la anticipació - Gestio? Del temps. EL LÍDER MEDIADOR FORJADOR DE TALENT EN CONVIVÈNCIA - Grups o equips. Quan convé uns o altres. - Eines de comunicació efectiva. - El líder mediador. Més enllà de la gestió de conflictes. - Eines de coaching per a la optimizacio Del rendiment de les persones. - Polítiques per a una gestió eficient del talent i la motivació. NETWORKING PRESENCIAL - Introducció al concepte del networking professional - Practica de networking - Targeta de visita: el meu CV, twiter, facebook, instagram, linkedin ... - Selecció: Criteris
1151	Zen business: Estratègies de desenvolupament i creació de valor empresarial d'alt Impacte holístic.	Tema 1: Introducció al model Zen Bussines 1.1 Filosofia, marc conceptual, principis, Funcionament del model i Beneficis. 1.2 Els 5 procesos empresarials de creació de valor: les 5 Estrelles Corporatives Zen Bussines. 1.3 El procés de Transformació: diagnòstic, Cicles de creació i Control de Valor (CCCV). 1.4 (Re) Disseny del model de Negoci: el zen Bussines Canvas (ZBC). Aplicació del model Zen Business Tema 2: Lideratge humà 2.1 proposit superior, Missió estratègica, visió de futur i valors troncals. 2.2 Coneixement pràctic a través d'un cas empresarial: Shinise. 2.3 Eina de treball: dinàmica StoryDoing Tema 3: Gestió d'Actors (stakeholders) 3.1 Proposta de valor empresarial paper grup d'actors de l'empresa: clients, Empleats, inversors, proveidors, comunitat, etc. 3.2 Selecció, atracció de talent i motivació d'equips. Felicitat a lloc de Treball. 3.3 Pre-Avaluació i medició de l'impacte holístic per grup d'actors. 3.4 Cas pràctic empresarial. 3.5 Eina de treball: Matriu d'Actors per Valor compartit (MAVC) Tema 4: Màrqueting & innovació 4.1 L'evolució del màrqueting: Tendències i noves Oportunitats de Negoci. 4.2 Màrqueting analític, estratègic. El cicle del valor.4.3 El paper de la R + D + I a l'empresa i el Procés d'innovació. Innovació disruptiva i frugal. 4.4 Dinàmica de treball: marc per a la innovació Disruptiva i Frugal / Paradigma del Màrqueting 3.0 (Kotler) Tema 5: Gestió Financera 5.1 Model d'Ingressos / revenue model i Estratègies de pricing. 5.2 Control i estructura de costos per activitats i recursos claus. 5.3 Cas pràctic empresarial. Tema 6: Marca & cultura corporativa 6.1 Imatge de marca, reputació i integritat. 6.2 Entropia (grau de coherència) entre la Proposta de valor il 'impacte holístic. 6.3 Fidelització d'actors, governança corporativa, monitoreig i Avaluació de l'model 6.4 Coneixement pràctic a través d'un cas empresarial: La Fageda / Zappos. 6.5 Eina de treball: Mètodes d'Avaluació d'impacti holístic (mètrica de resultats - BCorp)

1156	WebAnalytics	Tema 1: Introducció a l'anàlisi web i l'anàlisi web Paradigma WebAnalytics 2.0 Els reptes i oportunitats imperatius estratègics Tema 2: Estratègia, objectius i mètriques bàsiques Implementació WebAnalytics WebAnalytics Objectius WebAnalytics Metrics Tema 3: Eines i tècniques de WebAnalytics WebAnalytics Tools (GoogleAdwords) WebMaster Tools Conceptes i fases del procés Tècniques de selecció Tema 4: Comportament en línia del client. Aprofitant la segmentació qualitativa de dades Estudis d'usabilitat del laboratori d'AdWords, enquestes, opcions de recerca d'usuaris emergents habilitades per la web Utilitzant tàctiques per escoltar veritablement els vostres clients. Tema 5: WebAnalytics per a SEO i xarxes socials Reptes d'anàlisi web. Mesurant el blog Mesurant els mitjans socials. Mesura de vídeo. Tema 6: Anàlisi de la intel·ligència competitiva Fonts de dades de CI, tipus i secrets Anàlisi del trànsit del lloc web i anàlisi de paraules clau Tema 7: Proves i proves. Aconseguir un èxit òptim aprofitant l'experimentació. Proves A / B Tema 8: Optimització del percentatge de conversions (CRO). Analitzant el rendiment KPI en la planificació del temps i el pronòstic Optimització de la taxa de conversió (CRO). Tema 9: informes i informes. Excels & Dashboards per a analítiques web. Informes per a decisions de gestió. Tema 10: Principis avançats de WebAnalytics Campanyes multicanal, Anàlisi de la reconeixement de la campanya Multitouch Remàrqueting Remarketing

Codi	Nom assignatura català	Contingut
1150	El meu pla personal (on line)	1. AUTO-CONEIXEMENT; ADN PER FIXAR ELS OBJECTIUS DE CARRERA PROFESSIONAL I ESTIL DE VIDA ADEQUATS. - Quins són els meus punts forts? I els punts febles? - Quins són els meus talents? - Quines són les meves fortaleses? - On pertanyo? - Quin és el meu contribució? 2. OPORTUNITATS alineades a MIS RECURSOS I CAPACITATS; EL "" DAFO PERSONAL "". - Diagnòstic i realisme. - Detecció d'oportunitats realistes. 3. LA MEVA PROPOSTA DE VALOR ÚNICA: "" EL MEU CORBA DE VALOR PERSONAL "". - Què em fa únic i diferent? - Quins són els meus punts de diferenciació? 4. EL MEU BUSINESS MODEL CANVAS PERSONAL. - Com guanyar diners? 5. MEU PLA PERSONAL ESTRATÈGIC I D'ACCIONS PER A TENIR ÈXIT. - Issues Analysis. - Objectius. - Estratègies. - Accions. - Timing. - Pressupost. - P & L
1160	Itinerari emprenedor(*)	

(*) Reconeixements d'activitats cursades al llarg de la carrera. No és pròpiament una assignatura a cursar.

Materia optativa 2.- Eines avançades d'administració empresarial

Codi	Nom assignatura català	Contingut
1063	Història ecònomica mundial	1. Origen de la divergència a l'economia mundial 2. ¿Per què uns països comencen abans el desenvolupament industrial i econòmic? 3. La formació del món modern: Industrialització, perifèria i noves potències econòmiques 4. L'inici d'un procés imparable: la primera globalització 5. Guerra, depressió i desglobalització 6. L'època daurada de l'economia mundial 7. L'economia mundial durant la segona globalització: els desafiaments del món actual
1164	Instruments financers	Tema 1. Sistema Financer. Actius i institucions. Tema 2. Sistema Bancari. Tema 3. Mercat monetari i tipus interès. Tema 4. Renda variable. Tema 5. Anàlisi Borsària. Tema 6. renda fixa pública. Tema 7. renda fixa privada. Tema 8. Risc i valoració dels actius financers. Tema 9. Inversió col·lectiva Tema 10. Introducció al mercat de derivats
1116	Introducció al SAP	Tema 1. Introducció a SAP. En aquest tema s'exposaran conceptes generals de SAP. Estructures organitzatives i dades mestres Tema 2. Finances. El curs SAP FI (Gestió Financera) descriu l'eina bàsica del sistema per registrar la informació econòmica de la companyia. El mòdul FI de SAP, permet registrar totes les activitats de la seva companyia. Aquestes operacions es crearan directament des d'aquest component, o bé indirectament mitjançant la utilització de la resta de components de SAP. La informació estarà disponible en temps real permetent preparar la informació necessària per a la presa de decisions estratègiques dins de la seva organització. El curs SAP FI (Gestió Financera) té com a objectiu cobrir les transaccions i funcions necessàries a l'àrea de: Llibre Major, Deutors, Creditors, Tancament del període en comptabilitat financera, Gestió de Caixa, Actius Fixos Tema 3. Controlling. El curs SAP CO (Controlling) li proporciona la visió bàsica per a la gestió analítica d'una societat per a la presa de decisions. Dins de l'àrea financera el mòdul del curso SAP CO o de Control de gestió ens permet entendre tots els processos de control intern que es poden definir dins del sistema. Dins d'aquests processos de control intern trobarem: Control de gestió de centres de cost o departament. Control de gestió d'ordres de cost. Control de valoració de materials. Compte de resultats. Disposarem de dos models unitats de negoci o centres de benefici o compte de resultats analític comptable. Tema 4. Vendes i Distribució. El curso SAP SD (Vendes i Distribució) tracta la gestió completa de les comandes de client, on inclou l'expedició i facturació de les mercaderies. Descripció del Producte. Dins de l'àrea logística, el mòdul del curso SAP SD o Comercial inclou els següents components de SAP: Funcions Bàsiques (SD) . Vendes (SD-SLS) . Facturació (SD-BIL). A partir de la facturació es creen els apunts comptables en la gestió financera. També va alimentant les estadístiques de vendes (SIL). Tema 5. Gestió de Materials. El curs SAP MM (Gestió de materials) es la gestió completa en Planificació, Aprovisionament, Inventari, Verificació factures, Valoració de materials. El curs SAP MM (Gestió de materials) té com a objectiu cobrir les transaccions i funcions necessàries a l'àrea de: Planificació de Requeriments de Materials; Aprovisionament; Gestió de l'Inventari; Verificació de factures del proveïdor; Valoració de materials. S'integra a l'entorn logístic mitjançant programes de demanda, pronòstic de vendes, MRP… S'integra a l'entorn financer mitjançant els entorns de tresoreria, comptes a pagar, actius fixos...
1176	Estratègies empresarials i models de negoci sostenibles	Tema 1: Fonaments de l'economia circular. La consideració del medi ambient al pensament econòmic (de Malthus a l'economia ecològica). Altres aportacions inspiradores (cradle to cradle, biomimètica, ecologia industrial…). Concepte d'economia circular vs economia lineal. Abast i límits de l'economia circular. Tema 2: Revisió del sistema des de la perspectiva circular. Cicle de vida del productes i materials (loops). Diagnosi des de l'estructura d'empresa. Frens I impulsors per la transició. Instruments econòmics. La pressió dels mercats. Tema 3: Marc institucional i normatiu envers la sostenibilitat. L'Agenda 2030 de les Nacions Unides. La Política Europea (Plans per l'economia circular, Green Deal, Grans directives comunitàries). Tema 4: Perspectives econòmiques i nous models de negoci sostenibles. Creixement econòmic i economia circular. Aproximació macroeconòmica. Nous models de negoci i transformació empresarial. Tema 5: Mètriques empresarials en la sostenibilitat. Indicadors de sostenibilitat. Reporting no financer. Introducció a l'ACV. Tema 6: Bones pràctiques. Revisar i avaluar diferents models de negoci per a una economia circular. Valorar críticament un estudi de cas d'economia circular i valorar el seu potencial per la translació a un entorn nou o diferent. Revisar i redissenyar un sistema basat en principis de circularitat versus un lineal. Generar una estratègia per desenvolupar models de negoci d'economia circular dins del grau en qüestió.
1158	Strategic Procurement Innovation	1. Introducció a la contractació i compres. 2. El procés de contractació. 3. Fer front a comprar i al pre-origen de la preparació del paquet. 4. Tipus de contractes. 5. Avaluació i selecció de proveïdors. 6. La negociació és per a professionals de contractcions i compres. 7. Seguiment de la contractació. 8. Clausura de contractes. 9. Últimes tendències en contractació.

1177	Excel per a controller	1 - Com s'insereixen, copien, mouen, vinculen i formategen les dades 2 - Com fer i utilitzar Taules Dinàmiques, Taules i Gràfics 3 - Saber utilitzar algunes fórmules rellevants en aquest context 4 - Saber fer macros i una introducció al Visual Basic 5 - Uns altres 'tips and tricks' de la pràctica del Controller
1045	Anàlisis d'estats comptables	1. L'entorn dels estats financers. 2. El Balanç de situació. 3. El compte de pèrdues i guanys. 4. Composició del compte de pèrdues i guanys. Importància del principi de meritació i la seva influència en el compte de resultats. 5. L'estat de fluxos d'efectiu. 6. Els estats financers consolidats. 7. Fases de la consolidació. Entendre la seva utilitat i exemples pràctics. 8. Concepte: Necessitats financeres de circulant. 9. Els principals ràtios financers. 10. Exemples d'estudis financers i sectorials.
1163	Empresa familiar	1. Empresa familiar 2. Estratègia i organització. Missió, visió, valors 3. Propietat, Govern, Direcció, Família 4. Integració intergeneracional 5. Gestió de conflictes 6. Aspectes a tenir en compte ... 7. Tu, model de negoci

Codi	Nom assignatura català	Contingut
1153	Fonaments de la Gestió Esportiva	1. Gestió Estratègica 2. Gestió de Persones i Lideratge 3. Màrqueting Esportiu 4. Gestió Financera 5. Projecte Final
1179	Mentoring com a eina de millora de la gestió empresarial	1- Els bàsics del mentoring 2- Competències i rols en el mentoring 3- El procés de mentoring 4- Mentoring per a la gestió empresarial
1178	Finances internacionals	1. MERCAT DE DIVISES (Tipus de canvi Spot i Forward, Mercat de divises internacionals, Com el preu d'una divisa es cotitza,...) 2. DERIVATS FINANCERS (Concepte de derivats, Objectiu dels derivats, Forwards, Futurs,...) 3. LA GESTIÓ DEL RISC DEL TIPUS DE CANVI (Concepte de risc de tipus de canvi, Forwards de divises com a cobertura,...) 4. GESTIÓ DE TRESORERIA INTERNACIONAL (Sistemes de compensació, Dipòsits centrals, ...)
1059	Auditoria	1. L'entorn legal de l'auditoria. 2. Conèixer els aspectes més rellevants de la llei i el reglament d'auditoria. 3. Normes d'auditoria (de caràcter general, sobre l'execució del treball i sobre l'elaboració d'informes) 4. Conèixer les principals normes d'auditoria, principalment aquelles que fan referència a l'execució el treball i a l'elaboració de l'informe. 5. El Control Intern. 6. Conèixer què vol dir "Control Intern" i la importància d'aquest concepte en el desenvolupament de l'auditoria. 7. Desenvolupament d'una auditoria: Planificació i Revisió analítica. 8. Conèixer la importància de la Planificació i la revisió analítica. Realitzar casos pràctics de revisió analítica. 9. Auditoria d'àrees concretes. 10. Conèixer els procediments d'auditoria que es realitzen en algunes àrees concretes (Immobilitzat, clients, proveïdors, ...) 11. Informes d'auditoria. 12.Conèixer els diferents tipus d'informes i excepcions d'auditoria. El principal objectiu és saber interpretar un informe d'auditoria i redactar-ho en funció de les conclusions obtingudes després de realitzar els procediments d'auditoria "
1154	Sport Management	1. L'entorn de l'esport 2. Gestió d'activitats i d'esdeveniments esportius 3. Disseny i gestió d'instal·lacions esportives 4. Seguretat i protocol esportiu 5. Dret esportiu 6. Màrqueting esportiu 7. Sports 2.0. Xarxes Socials en l'Entitat Esportiva

Del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals (i del Doble Grau)

Codi	Nom assignatura català	Contingut
500210/ 120210	Disseny de producte i gestió de marca	1. Logística & Descripció de projectes 2. El procés de creació d'un producte. Design Thinking 3. Tècniques d'empatia. 4. Mapa d'empatia. Insight cards. Canvas proposta de valor 5. Estratègia de producte. Cicle de vida d'un producte. Característiques dels productes 6. Estratègia de producte: packaging, etiquetatge, garanties 7. Brand Equity. 8. Posicionament 9. Dinàmiques competitives
500211/ 120230	Investigació de mercats	1. Introducció a la Investigació de Mercats 2. Disseny de la Investigació de Mercats 3. Tècniques Qualitatives d'Investigació de Mercats. Grups Focus, Entrevista en Profunditat, Observació, Tècniques Projectives, etc.Altres Tècniques Qualitatives 4. Tècniques Quantitatives d'Investigació de Mercats. Qüestionari, Experimentació, Observació Estructurada 5. Introducció al Programari R 6. Pla de Mostreig i Recollida de Dades 7. Anàlisi de Dades i Elaboració d'Informes
5034	Implicacions econòmiques i socials a les xarxes socials	Educació, Aparellament d'assortiment, Salut, Ocupació, Política, Consum, Seguretat, Delictes i terrorisme
500122/ 120122	Introducció al disseny gràfic	1.1. Introducció al disseny gràfic. 1.2. Breu recorregut històric. 1.3. Percepció visual 1.4. Imatge i il.lustració. 1.5. Forma i composició. 1.6. Color. 1.7. Tipografía. 1.8. La identitat gràfica. 1.9. La propietat intel.lectual en les imatges. 2.1. Introducció a la creativitat humana. 2.2. Definició del projecte: "briefing". 2.3. El.laboració gràfica d'idees. 2.4. Tècniques i mètodes creatius. 2.5. Design Thinking Process. 3.1. Introducció al disseny gràfic televisiu. 3.2. Disseny conceptual: dimensió estètico-comunicativa de la composició digital televisiva. 3.3. Disseny Visual i les Interaccions entre els elements clau: Video/Audio/Fotografía. 3.4. Disseny de Continguts a la televisió: La identitat corporativa d'un canal de televisió, la continuïtat i les autopromocions. Disseny de caretes de programes. Disseny de chyrons i tipografía adient. Escenografía, attrezzo i decorats virtuals. 3.5. Disseny d'aplicacions i rang d'edat de l'usuari. Disseny adaptatiu. 3.6. Disseny de campanyes publicitàries televisives. 3.7. Anàlisi dels àmbits de treball d'un departament de disseny audiovisual en una televisió. 3.8. Analitzar casos de disseny audiovisual del departament de gràfic de TV3 i d'altres. 4.1. Introducció al disseny gràfic cinematogràfic. 4.2. Disseny conceptual, disseny visual, disseny de continguts al cinema. 4.3. La identitat corporativa d'una productora. 4.4. Els motion graphics: disseny de personatges animats i de crèdits de pel.lícules. 4.5. Disseny d'escenaris i decorats. Els efectes especials al cinema. 4.6. La promoció gràfica en la producció cinematogràfica. 4.7. Merchandising i videojocs relacionats. 5.1. Introducció al disseny gràfic d'aplicacions interactives. 5.2. Breu evolució històrica de les interfícies gràfiques d'usuari. 5.3. Disseny conceptual, disseny visual, disseny de continguts al web. 5.4. Reticules en pantalles. 5.5. Tipografía per a interactius. arquitectura de la informació. 5.6. Ús i aplicació del color: psicología del color. 5.7. Optimització d'arxius. 5.8. Prototips. 5.9. Característiques gràfiques d'un portal corporatiu. Disseny d'intranet. Disseny d'extranet. 5.10. El disseny publicitàri digital. Característiques gràfiques del disseny del comerç electrònic, i de l'educació a distància. 5.11. Disseny d'aplicacions i rang d'edat de l'usuari. Disseny adaptatiu. 5.12. Disseny gràfic a les xarxes socials i blogs. Ús de plantilles: limitacions i possibilitats de personalització.
500120/ 120220	Gestió de plataformes digitals	1. Sobre la Web al gestor de continguts: Algorismes del WWW: Les bombolles de filtres 'Filter bubbles'; Tecnologia del WWW: Infraestructures, protocols i serveis; Llenguatges de marcatge XML, HTML, CSS, PHP; L'accessibilitat i la usabilitat aplicada al web; 2. Sistemes de gestió de continguts (CMS): Parts principals d'un gestor de continguts;Tipologies de plataformes: CMS, LMS, CRM, ...;Avaluació de solucions opensource;De les aplicacions web a les aplicacions mòbils 3. El projecte web: Elecció, avaluació i registre de noms de domini; Elecció i avaluació d'allotjaments; Elecció i avaluació d'una solució web basada en un CMS; 4. Instal·lació, configuració i gestió d'un CMS: Definint les característiques del servei; Desplegant una plataforma de continguts; Configurant i gestionant els continguts
500221/ 120221	Definició de preu i proposta de valor	1. El concepte de valor. 2. Costos i la seva Relació amb el Preu 3. La competència i la seva influència en els Preus 4. Demanda 5. Preu vs Valor. 6. Estratègies de Preu
5019	Màrqueting social i d'esdeveniments	1. Tipologies d'esdeveniment (firal, esportiu, comercial, cooperatiu, congrés). 2. Abans de l'esdeveniment, creació del briefing 3. Creació conceptual de l'esdeveniment 4. Avaluació legal i financera per a la viabilitat de l'esdeveniment 5. Pla de comunicació de l'esdeveniment 6. Pla d'acció
500313/ 5028	Reputació on line i identitat digital	1. CONTEXT DE LA COMUNICACIÓ 2.0. I EL MÀRQUETING DIGITAL 2. RELACIONS PÚBLIQUES 2.0 3. COMUNICACIÓ INTERNA I EXTERNA 4. CONCLUSIONS SOBRE REPUTACIÓ ONLINE I IDENTITAT DIGITAL

5030	Estratègia i gestió de vendes	1. La irracionalitat (Emocionalitat) en la presa de decisions: L'embut de Venda; Fases de qualsevol venda: Atenció, Interès, Desig, Acció (AIDA); El factor clau d'èxit d'una venda: Always Be Closing (ABC) Preguntar Escoltar (LPE)). Els models antropològics de la Venda 2. Estratègies de Venda 3. El Model de Venda dins d'un pla de negoci 4. Operativa de Vendes
500132/ 120133	Comportament del consumidor	1. Introducció a l'estudi del comportament del consumidor: objectius i beneficis que se'n deriven 2. Els models de comportament del consumidor 3. Descripció de l'entorn 4. Dimensions antropològiques. Dimensions culturals 5. Desigualtat i classes socials 6. La família i la seva funció 7. Sentits i percepció 8. El comportament del consumidor i les ciències cognitives 9. El comportament del consumidor i les neurociències 10. El comportament del consumidor integrat: el procés de decisió
500230/ 120234	Distribució, logística i relació amb els canals	1. La distribució comercial 2. Decisions estratègiques en la distribució comercial 3. Selecció de canals i relacions amb els canals de distribució 4. La logística de la distribució comercial 5. Gestió del canal de distribució en un entorn electrònic 6. Entorn humà i relacional en la logística i distribució 7. Estiba, Transport i Distribució de Mercaderies
500232/ 120235	Estratègies de Publicitat i promoció	1. Desenvolupament d'una Comunicació efectiva 2. La Campanya de Màrqueting 3. El Mix de Comunicació 4. Estratègies Pull 5. Comunicació segons el cicle de vida del producte 6. Elecció dels medios 7. Estratègies Push 8. Tècniques Creatives 9. RP, Patrocinis, Comunicació Institucional
500231/ 120331	Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	1. Introducció al màrqueting en cercadors: Màrqueting Online vs Màrqueting Offline. Un nou paradigma. Fonaments dels cercadors: SEO vs SEM. Mètriques i KPI 's bàsiques del màrqueting en buscadors 2. Màrqueting en cercadors amb Google Adwords 3. Publicitat en Xarxes Socials Capacitat de segmentació de públic a través d'aquestes xarxes socials. Facebook & Instagram: Pàgines d'empresa a Facebook i la rellevància de les publicacions. Tipus de publicitat. Twitter: Les publicacions patrocinades a Twitter. Altres xarxes socials: Google+, Youtube, Pinterest

Del Grau en Logística i negocis marítims

Codi	Nom assignatura català	Contingut
110017	Economia del transport	1. CARACTERITZACIÓ GENERAL DEL SISTEMA DE TRANSPORTS 2. LA PRODUCCIÓ D'ACTIVITATS DE TRANSPORT 3. LA DEMANDA DE TRANSPORT 4. EL PREU D'EQUILIBRI EN EL SECTOR DEL TRANSPORT 5. ELS COSTOS DEL TRANSPORT 6. LA FIXACIÓ DEL PREU 7. POLÍTIQUES I INVERSIÓ EN INFRAESTRUCTURES DE TRANSPORT 8. ESTRUCTURA DELS MERCATS DE TRANSPORT: TERRESTRE, AERI I MARÍTIM 9. EXTERNALITATS EL TRANSPORT 10. ECONOMIA INTERNACIOANL I CARTELLS
110023/ 11053	Emmagatzematge i distribució	1. Emmagatzematge i Manipulació. 2. Automatització de Magatzems. 3. Operadors Logístics. 4. Subcontractació de la Logística de Distribució. 5. Gestió del Transport. 6. Elements Físics, Personals i Jurídics. 7. Tarifes i Fletes. 8. Distribució Capil·lar. 9. Logística Inversa.
110005	Fonaments de logística empresarial	1. Logística empresarial: 1.1 - Introducció a la logística empresarial. 1.2- Integració d'actors i sinergies. 1.3- Logística i qualitat. 1.4- Gestió d'imprevistos i incidències2. La cadena de subministrament: 2.1 - Fases i operacions de la cadena de subministrament. 2.2 - Fluxos de la cadena de subministrament. Fluxos d'información.Flujo de materials. 2.3 - Informació i comunicació en la cadena de subministrament. 2.4 - Canals de distribució. Cicle de vida del producte3. Gestió i Planificació: 3.1 - La funció de l'aprovisionament. 3.2 - Gestió d'Inventaris. 3.3 - Gestió de proveïdors4. Gestió de l'equip de treball del magatzem: 4.1- Departament de Logística i personal del magatzem. 4.2- Treball en equip i comunicació.5. Altres conceptes en Logística: 5.1- Logística Inversa. 5.2- Lean. 5.3- Ultima Milla
110007	Empresa i negocis marítims	1. EL TRANSPORT MARÍTIM. FUNCIONS I ELEMENTS: Les funcions social i econòmiques del transport marítim. La logística en el negoci marítim. Síntesi de la Història del vaixell i de la navegació: Orígens i desenvolupament. El rem i la vela. La revolució industrial a la marina mercant. Canvis tècnics i transformacions econòmiques i socials. Els vaixells mercants: petroliers, quimiquers, portacontenidors, RO/RO, LO/LO, RO/PAX. Els vaixells de creuers. Els vaixells de càrrega amb passatgers. Contenidors: tipus, classes, 20 i 40 peus, Dry, Bulk, Flat, Opentop, etc. 2. ELS ACTORS EN ELS NEGOCIS MARÍTIMS: L'empresa naviliera: concepte, organització, tipologia. El negoci navilier. Formes d`'explotació del vaixell. L'organització de l'empresa naviliera.Gestió de flotes. Els costos d'explotació del vaixell. El broker marítim: concepte i funcions. L'agent marítim o consignatari de vaixells. Concepte i regulació. El transitari (forwarder). Concepte i funcions. L'empresa pesquera. El port: concepte, funcions i regulació.Serveis portuaris. Definició i regulació. 3. EL CONTRACTE DE TRANSPORT MARÍTIM: El noliejament. Noliejament per temps i per viatge. Contracte/pòlissa de noliejament. El coneixement d'embarcament. La línia regular. La navegació tramp. El transport en contenidors. El noli. Formes de pagament. El transport intermodal. El transport marítim de curta distància (short sea shipping). Les autopistes del mar (Motorways of the Sea, MoS) 4. LA SEGURETAT I LES ORGANITZACIONS MARÍTIMES RELACIONADES AMB ELS VAIXELLS: La regulació de la seguretat del vaixell i de la prevenció de la contaminació del medi marí des dels vaixells El conveni internacional SOLAS. El conveni internacional MARPOL. L'abanderament dels vaixells. Els pavellons de conveniència (flags of convenience). L'Organització Marítima Internacional (IMO/OMI). L'Associació de Naviliers Espanyols (ANAVE). La BIMCO i altres organitzacions. Política europea de transport marítim
110028	Gestió de procediments duaners	1. L'INTRODUCCIÓ DE MERCADERIES EN EL TERRITORI DUANER 2. RÈGIM D'IMPORTACIÓ 3. RÈGIM D'EXPORTACIÓ 4. RÈGIM ESPECIAL DE TRÀNSIT 5. RÈGIM ESPECIAL D' EMMAGATZEMATGE: DIPÒSIT DUANER 6. RÈGIM ESPECIAL D'EMMAGATZEMATGE: ZONES FRANQUES 7. RÈGIM ESPECIAL. DESTI ESPECIAL: IMPORTACIÓ TEMPORAL 8. RÈGIM ESPECIAL DE TRANSFORMACIÓ: PERFECCIONAMENT ACTIU (R.P.A.) 9. RÈGIM ESPECIAL DE TRANSFORMACIÓ: PERFECCIONAMENT PASSIU (R.P.P.)
110038	Logística del Sector Químic i Farmacèutic	1. tendecias i necessitats del sector 2. Emmagatzematge i distribució de productes químics i farmacèutics. 3. Certificacions logístiques 4: SOP i Mètriques principals
110039	Logística Sectorial Tèxtil-Retail	1. Logística del procés tèxtil: història i actualitat 2. Processos logístics associats al comerç tèxtil: Productor, fabricant, distribuïdor, detallista i Consumidor final. 3. Agents i entitats que intervenen en els diferents processos 4. Retail 5. Fires Tèxtils, passarel·les de Moda i Prêt à Porter 6.La logística inversa com a part de la cadena de subministrament

110040	Logística Sectorial Automociò	1. Introducció a la logística de l'automòbil. Components. El sector automotriu. Món, Europa i Espanya. Breu història: Fordisme, General Motors, Toyotismo. 2. De la producció en massa al Lean Management.La producció en sèrie 3: Gestió de la cadena de subministraments d'automòbils 4: Avaluació de costos i optimització en la logística de l'automòbil 5: Transport d'Automòbils via terrestre i marítima 6: Normatives aplicables al transport d'automòbils 7: Tendències i estratègies actuals en logística de l'automòbil: Actualitat i formes de producció de les principals automotrius. El vehicle elèctric
110009	Economia marítima	1. L'ENTORN ECONÒMIC I COMERCIAL DEL MERCAT DEL TRANSPORT MARÍTIM: Anàlisi econòmica del sector marítim. Anàlisi de les càrregues que es transporten a bord de vaixells 2. L'ORGANITZACIÓ DEL MERCAT MARÍTIM: Regulacions estatals. Societats de classificació. Registre i elecció de bandera. L'Estructura de la flota mundial. Organigrama d'empreses que formen un vaixell. Marpol, Soles, Load Lines, CORELEG, SCTW, Nox / Sox, Polar Code. Es paga als armadors per la qualitat? L'economia de la seguretat dels vaixells i el que contamina paga. El cost dels accidents a la mar. 3. COMPARACIÓ ENTRE "BULK" I "LINER": Definició Liner i Tramp. Discriminació de preus. Economies i deseconomies d'escala. Comportament oligopolístic, consorcis i aliances. Paper dels ports en el sistema de transport 4. ELS COSTOS, INGRESSOS I FLUX DE CAIXA: Classificació de costos elemental: Fixos i Variables. Classificació dels costos naviliers. Ingressos: Noliejaments i les seves modalitats 5. FINANÇAMENT DE BUCS I NAVIERAS: Els crèdits i la seva devolució. Anàlisi d'inversions. Amortitzacions, Valor Residual. Valor Mitjà de Els costos de capital. Compte de resultats, Beneficis o pèrdues i Cash Flow. Càlcul del noli per viatge 6. EL MERCAT DE FLETES: L'OFERTA I LA DEMANDA: Mercat. Introducció als 4 mercats. El mercat del noli. El mercat del noli en línia regular 7. EL MERCAT DE NOVA CONSTRUCCIÓ, SEGONA MÀ I DESBALLESTAMENT: El mercat de la nova construcció. El mercat de segona mà o compravenda. El mercat de desballestament 8. TENDÈNCIES I DESENVOLUPAMENTS AL TRANSPORT MARÍTIM: Forecasting i estadístiques. Economia de disseny dels vaixells i de les operacions.ipus de càrrega i dissenys de vaixells Criteris econòmics per avaluar el disseny dels vaixells. Impacte en la demanda d'enviament de les preocupacions ambientals.
110010	Gestió naviliera	1. La Maritimitzaciò de l'economia contemporània. 1.1. Evolució històrica del Transport Marítim Internacional. 1.2. Consideracions sobre el transport marítim actual.1.3. El denominat "Cicle marítim" en l'economia. 1.4. Tràfics marítims 2. Rutes Comercials Marítimes. 2.1. Principals Rutes comercials marítimes. 2.2. Tipus de Rutes marítimes. 2.3. Factors determinants de les rutes a seguir. 2.4. passos estratègics. 2.5. Distribució geogràfica dels tràfics marítims. 2.6. Canals interiors i Oceànics. 3. Trànsit de contenidors. 3.1 Evolució Històrica de la càrrega en contenidors. 3.2. Cicle documental del transport en contenidor. 3.3. Relació de les navilieres amb les transitàries. 3.4. Inspeccions i controls en el tràfic de contenidors. 3.5. Gestió de la seguretat i la protecció en el tràfic marítim internacional. 4. El comerç a granel. 4.1. El negoci a granel en general- càrrega general. 4.2. Rutes i tràfic internacional. 4.3. La importància de l'OPEP al mercat del petroli. 4.4. Transport de cru i els seus derivats. 4.5. Transport a Bucs Quimiquers. 4.6. Negocis derivats dels vaixells petroliers. 4.7. Tipologies de terminals petrolieres. 4.8. Estudi de terminals de granels sòlids. 5. Estructura interna d'una empresa naviliera.5.1. Divisions i departaments. 5.2. Estructures i funcions. 5.3. Responsabilitats enfront dels altres actors de la cadena logística. 5.4. Evolució històrica de l'agent consignatari. 5.5. Estudi econòmic l'agent consignatari. 5.6. La utilització de les noves tecnologies en el negoci navilier. 6. Certificacions actuals en el negoci de les empreses navilieres
110032	Gestió d'empreses i activitats Nàutiques	1. El Turisme, els Ports esportius i les estacions nàutiques 2. Direcció i Gestió empresarial de Ports Esportius i Estacions Nàutiques 3. Activitats Físic Esportiva 4: Inspeccions, Assegurances i Normatives 5. Serveis i Negocis Nàutics 6. Titulacions i formació 7. Esdeveniments esportius: Patrocini i Organització

Del Grau en Turisme i Gestió del Lleure (i del Doble grau)

Codi	Nom assignatura català	Contingut
6140	Gestió de plataformes digitals	1. Sobre la Web al gestor de continguts: Algorismes del WWW: Les bombolles de filtres 'Filter bubbles'; Tecnologia del WWW: Infraestructures, protocols i serveis; Llenguatges de marcatge XML, HTML, CSS, PHP L'accessibilitat i la usabilitat aplicada al web; 2. Sistemes de gestió de continguts (CMS): Parts principals d'un gestor de continguts; Tipologies de plataformes: CMS, LMS, CRM, ...Avaluació de solucions opensource; De les aplicacions web a les aplicacions mòbils 3. El projecte web: Elecció, avaluació i registre de noms de domini; Elecció i avaluació d'allotjaments; Elecció i avaluació d'una solució web basada en un CMS 4. Instal·lació, configuració i gestió d'un CMS
6028	Organització de grans esdeveniments	1. Aproximació i anàlisi de la importància de l'organització i realització d'esdeveniments, fent especial èmfasi en el Sector Turisme. 2. Estudi de les fases de planificació d'un esdeveniment i les estratègies de màrqueting per a la seva promoció i comunicació. 3. Els esdeveniments Corporatius: 4. La importància de la Relació amb els mitjans i de la Seguretat en la realització d'esdeveniments 5. El Protocol i la seva importància en l'organització d'esdeveniments 6. Organització d'esdeveniments des de la visió pública. 7. La importància dels serveis de Restauració en l'organització d'esdeveniments 8. Noves tendències per a l'organització de grans esdeveniments 9. Fires, Congressos i Convencions. 10. Presentació dels projectes realitzats pels alumnes.
6025	Planificació turística	1. El procés de la planificació turística 2. Elaboració i gestió pressupostària 3. Models de planificació i gestió de diferents destinacions turístiques 4. Estratègies de Comunicació de les destinacions
6031	Investigació de mercats	1. Introducció a la Investigació de Mercats 2. Disseny de la Investigació de Mercats 3. Tècniques Qualitatives d'Investigació de Mercats 4. Tècniques Quantitatives d'Investigació de Mercats 5. Introducció al Programari R 6. Pla de Mostreig i Recollida de Dades 7. Anàlisi de Dades i Elaboració d'Informes
6137	Sostenibilitat i avaluació de l'impacte del turisme	1. Sostenibilitat turística: 1.1 Llums i ombres del turisme. 1.2 Turisme responsable, turisme sostenible. 1.4 Planificació, governança i avaluació. 2. Avaluació socioeconòmica del Turisme: 2.1 Per què avaluar socioeconòmicament el turisme. 2.2 Conceptes microeconòmics rellevants per a l'avaluació econòmica: mercat, tipus de mercats, externalitats i elasticitat. 2.3 Anàlisi d'impacte econòmic. 2.4 Anàlisi cost-benefici.