

Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació

Propuesta de Optatividad curso 2022-23

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

Los horarios de las asignaturas que conforman las materias 1 y 2 los encontrarás integrados en el horario de AdE y Gi.

Los horarios y guías docentes del resto de asignaturas los encontrarás en los horarios del Grado de pertenencia

Podeis ver los horarios aquí: <https://www.tecnocampus.cat/ca/horaris#escset>

Para cualquier aclaración contacta con la coordinadora (Núria Masferrer: nmasferrer@tecnocampus.cat)

Materia optativa 1.- Liderazgo emprendedor e innovación

Codi	Nombre asignatura	Professor	Idioma	Curso	ECTS	Mañana	Trim.	Trim.	Trim.
1224	Nuevas tendencias: Dirigir con inteligencia emocional	Núria Fernàndez	catalán	4t	4	x	1		
1225	Publicidad online desde Redes Sociales	Maria Cristina Perez Pietri	castellano	4t	6	x	1		
1229	Habilidades para la dirección y el liderazgo	Núria Fernàndez	catalán	3r	6	x		2	
1236	Zen Business: emprendedores y empresas conscientes	Manel Lesta	catalán	4t	6	x			3
1235	WebAnalytics	Vera Butkouskaya	inglés	4t	6	x			3
1238	Mi plan personal (on line)	Albert Rof	inglés	4t	4	On-line			3
1180	Itinerario emprendedor(*)	Màrian Buil/ Estel Paloma	catalán	3r	6		1	2	3

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

Materia optativa 2.- Herramientas avanzadas de administración empresarial

Codi	Nombre asignatura	Professor	Idioma	Curso	ECTS	Mañana	Trim.	Trim.	Trim.
1233	Introducción al SAP	José Maria Renedo Seco	catalán	4t	6	x		2	
1223	Economía circular: Estrategias y tecnologías para la transición hacia negocios de futuro	Maria Armiñana	catalán	3r/4t	6	x		2	
1234	Strategic Procurement Innovation	Miguel Saiz	inglés	4t	4	x		2	
1228	Excel para controller	Axel Ehberger	castellano	3r	6	x		2	
1232	Negociación Estratégica	Tamara Guillén	castellano	4t	4	x		2	
1237	Empresa familiar	Carlos Ordax	catalán	4t	4	x			3
1226	Business Consulting	Marc Rocas	inglés	4t	4	x	1		
1227	Digital Marketing Communication	Vera Butkouskaya	inglés	3r	6	x		2	
1231	Auditoría	José Luís Martinez	catalán	4t	4	x		2	
1230	Sport Management (online)	Xavier Molla Illa	catalán	3r/4t	4	On-line		2	
1222	DEFI: Finanzas descentralizadas y criptoconomía	Miquel Roig	catalán	4t	6	x	1		

Matèria optativa 1.- Lideratge emprendedor i innovació

Codi	Nom assignatura castellà	Objetivo	Contenido
1224	Nuevas tendencias: Dirigir con inteligencia emocional	Al finalizar la asignatura el estudiante entenderá el peso que la gestión emocional tiene en un equipo de trabajo y su importancia para la consecución de objetivos económicos de la empresa, donde la inteligencia emocional y el coaching tienen un papel muy importante.	Nuevas tendencias de comunicación en las organizaciones. Comunicación corporativa e integración. Nuevas Tendencias en Dirección de Personas, el rol del líder digital/ big data. Gestión del talento, " employee experience/guerra por el talento", la importancia de la cultura, las condiciones de trabajo y la inversión tecnológica. Dirección de personas (acciones para mejorar el balance de Vida Personal / Profesional, trabajar en diferentes lugares a la oficina, horario flexible, trabajo por proyectos...) Empresas mas humanas 3.0 Reinención de las organizaciones, Frederic Laloux. Inteligencia Emocional y Coeficiente Intelectual. Daniel Goleman. Neuromanagement, definición e incidencia en la empresa actual. Competencias emocionales, empatía, comunicación asertiva, resiliencia. Requisito de los perfiles de la empresa actual. Coaching Empowerment Liderazgo de equipos de trabajo (referencia a Lencioni) Engagement Personal Branding
1225	Publicidad en línea des de Redes Sociales	La asignatura pretende dar a conocer la estructura de las campañas de publicidad digitales, los elementos prácticos para poner en marcha y gestionar campañas en Facebook y Instagram así como las estrategias y los elementos de análisis y KPI que permitirá medir la efectividad de estas.	1. Introducción al Business Manager de Facebook y Instagram Ads. Creación de una cuenta de anuncios. 2. El funnel de conversión. Planteamiento estratégico y definición inicial. 3. Objetivos y tipos de campañas disponibles. 4. La segmentación de tus campañas: un elemento clave. 5. Generación de audiencias y públicos personalizados. 6. Herramientas y recursos para la realización de campañas de publicidad y tracking. El Pixel de Facebook, API & otros recursos. 7. Análisis de ejemplos reales y resultados. KPI. 8. Informes y análisis de resultados de tus campañas. Mejora los resultados.
1229	Habilidades para la dirección y el liderazgo	Adquirir las competencias y habilidades específicas para la autogestión, autodirección y autoliderazgo, así como, la gestión, dirección y liderazgo de colaboradores, equipos y organizaciones. Conocer y poner en práctica la estratégica disciplina del networking profesional (presencial y virtual).	AUTOCONOCIMIENTO PARA EL AUTOLIDERAZGO. - Mejorar el nivel de autoconocimiento y autoliderazgo alineados con los objetivos profesionales fijados . Cuales son mis competencias. - Tomar conciencia de la realidad (recursos cognitivos, emocionales, físicos, sociales, económicos, entorno...) vinculado a nuestra propia persona y proyecto empresarial, así como, el de las partes interesadas de nuestro entorno y de nuestro proyecto. - Aprender a fijar objetivos de manera eficaz y eficiente, así como pasar a al acción. - Toma eficaz y eficiente de decisiones.El uso de la intuición. - Nociones basicas de neuromanagement. EL LIDER DE IDEAS - Cual es nuestro concepto de lider ideal? - Qué tipo de lider queremos llegar a ser? - Qué tipo de líder quiero comunicar que soy?, Cómo ? - Convencer, persuadir y fidelizar una idea, un proyecto, una propuesta, una solución. - La gestión de la anticipación. - Gestión del tiempo. EL LÍDER MEDIADOR FORJADOR DE TALENTO EN CONVIVENCIA - Grupos o equipos. Cuando conviene unos u otros. - Herramientas de comunicación efectiva. - El líder mediador. Mas allá de la gestión de conflictos. - Herramientas de coaching para la optimización del rendimiento de las personas. <i>Política con una gestión eficiente del talento y la motivación</i>
1236	Zen Business: emprendedores y empresas conscientes	El estudiante podrá integrar una nueva filosofía (valores universales presentes en la práctica del Zen) y un nuevo método de gestión empresarial holístico dirigido a empresas y emprendedores que buscan crear valor económico, social, emocional y/o medioambiental (impacto holístico) como estrategia para diferenciarse y crecer contribuyendo a hacer un mundo más feliz y sostenible. El estudiante lo podrá poner en práctica de manera personalizada mediante el desarrollo de una iniciativa empresarial propia.	Tema 1: Contexto y deconstrucción del sistema socioeconómico. Tema 2: Introducción al modelo Zen Bussines Tema 3: Liderazgo humano Tema 4: Gestión de Actores (stakeholders) Tema 5: Marketing & innovación Tema 6: Gestión Financiera Tema 7: Marca & cultura corporativa Tema 8: Integración
1235	WebAnalytics	Al completar con éxito este módulo, los estudiantes estarán más familiarizados con los mercados en línea basados en datos, la recopilación inteligente de datos y el análisis. Después de terminar el curso, los estudiantes podrán: • comprender el papel de la analítica web dentro de la empresa. • medir y analizar los parámetros y el comportamiento de los usuarios dentro de una página web. • comunicar recomendaciones sobre estos parámetros para mejorar el rendimiento de la página web.	Tema 1. El papel del análisis web • Transformación digital • El papel del análisis web Tema 2. Estrategia de WebAnalytics • Marco de medición • Estrategia de analítica web Tema 3. WebAnalytics 2.0 • WebAnalytics 2.0 • Viaje del cliente en línea Tema 4. Datos y herramientas • Recolección y procesamiento de datos • Segmentación de datos Tema 5. Informes y presentación de informes • Tipos de informes • Informar conversiones multicanal Tema 6. Análisis y optimización • Información práctica • Prueba y experimentación
1238	Mi plan personal	Saber desarrollar un Plan Personal adecuado a los objetivos y capacidades personales, y la realidad del mercado. Para ello es necesario, entender el rol del marketing personal en la definición y consecución de los objetivos profesionales y dotar a los participantes de los conocimientos y herramientas necesarias para crear un futuro profesional i personal de éxito.	1. AUTO-CONOCIMIENTO; ADN PARA FIJAR LOS OBJETIVOS DE CARRERA PROFESIONAL Y ESTILO DE VIDA ADECUADOS. - ¿Cuáles son mis puntos fuertes? Y los puntos débiles? - ¿Cuáles son mis talentos? - ¿Cuáles son mis fortalezas? - ¿Dónde pertenezco? - ¿Cuál es mi contribución? 2. OPORTUNIDADES alineadas a MIS RECURSOS Y CAPACIDADES; EL "DAFO PERSONAL". - Diagnóstico y realismo. - Detección de oportunidades realistas. 3. MI PROPUESTA DE VALOR ÚNICA: "MI CURVA DE VALOR PERSONAL". - ¿Qué me hace único y diferente? - ¿Cuáles son mis puntos de diferenciación? 4. MI BUSINESS MODEL CANVAS PERSONAL. - ¿Cómo ganar dinero? 5. MI PLAN PERSONAL ESTRATÉGICO Y DE ACCIONES PARA TENER ÉXITO. - Issues Analysis. - Objetivos. - Estrategias. - Acciones. - Timing. - Presupuesto. - P & L.
1180	Itinerario emprendedor*		

Materia optativa 2.- Herramientas avanzadas de administración empresarial			
Codi	Nom assignatura castellà	Objetivo	Contenido
1233	Introducción al SAP	El estudiante aprenderá los conceptos y procesos básicos de SAP que cubren las necesidades de los procesos de negocio de las siguientes áreas de la empresa: Ventas y Distribución, Gestión de Materiales, Finanzas, y Controlling. También se obtendrán conocimientos de uso de SAP trabajando con un emulador del sistema.	Tema 1. Introducción a SAP. En este tema se expondrán conceptos generales de SAP. Estructuras organizativas y datos maestros Tema 2. Finanzas. El curso SAP FI (Gestión Financiera) describe la herramienta básica del sistema para registrar la información económica de la compañía. Tema 3. Controlling. El curso SAP CO (Controlling) le proporciona la visión básica para la gestión analítica de una sociedad para la toma de decisiones. Tema 4. Ventas y Distribución. El curso SAP SD (Ventas y Distribución) trata la gestión completa de los pedidos de cliente, donde incluye la expedición y facturación de las mercancías. Tema 5. Gestión de Materiales. El curso SAP MM (Gestión de materiales) es la gestión completa en Planificación, Aprovisionamiento, Inventario, Verificación facturas, Valoración de materiales.
1223	Economía circular: Estrategias y tecnologías para la transición hacia negocios de futuro	La asignatura se basa en proporcionar a los estudiantes (y poner en práctica) los conocimientos sobre la Economía Circular, con la participación de varias personas expertas y profesionales del sector, para poder incorporar los conocimientos sobre sostenibilidad y las estrategias que podrán aplicar en la su carrera profesional. Durante la optativa se llevará a cabo un proyecto aplicado, con un/a tutor/a de soporte.	Tema 1: Contexto de partida y factores motivadores del cambio. Tema 2: Fundamentos de Economía Circular Tema 3: Innovación para la circularidad Tema 4: La Circularidad del producto a través del Eco-diseño Tema 5: Circularidad aplicada a los modelos de negocio Tema 6: Métricas empresariales en la sostenibilidad Tema 7: Análisis sectorial de la circularidad
1234	Strategic Procurement Innovation	Permite introducirse en una de las profesiones especializadas con más crecimiento salarial y con más demanda actual y futura dentro de las empresas: Compras, el área que gestiona la rentabilidad del negocio captando innovación, las mejores soluciones en costes directos e indirectos. Capacita a los alumnos a: optimizar costes, optimizar procesos, captar la innovación mediante las relaciones con proveedores, stakeholders y el marketing inverso, hacer análisis estratégico de los gastos, negociación, definición y gestión de relaciones con proveedores clave y cliente interno, etc.	1. Introducción a la contratación y compras. 2. El proceso de contratación. 3. Hacer frente a comprar y al pre-origen de preparación del paquete. 4. Tipos de contratos. 5. Evaluación y selección de proveedores. 6. La negociación es para profesionales de contratación y compras. 7. Seguimiento de las adquisiciones. 8. Cierre de contratos. 9. Últimas tendencias en la contratación.
1228	Excel para controller	Casi todas las empresas trabajan con Excel, en todos los ámbitos. Un buen conocimiento de esta herramienta es imprescindible. En esta asignatura se enseña de forma práctica, siempre con ejemplos, las aplicaciones más útiles de la herramienta Excel, en el amplio contexto del Controlling.	1 - Cómo se insertan, copian, mueven, vinculan y formatean los datos 2 - Cómo hacer y utilizar Tablas Dinámicas, Tablas y Gráficos 3 - Saber utilizar algunas fórmulas relevantes en este contexto 4 - Saber hacer macros y una introducción al Visual Basic 5 - Otros 'tips and tricks' de la práctica del Controller
1232	Negociación Estratégica	Esta asignatura tiene por objeto que los alumnos adquieran las competencias básicas para negociar en cualquier ámbito pero específicamente en el ámbito empresarial, utilizando las herramientas de comunicación y análisis necesarias en esa disciplina. Las situaciones de negociación están presentes en todos los ámbitos de la vida social. Siempre que encontramos al mismo tiempo cooperación y conflicto estamos en una situación potencialmente negociable: en las relaciones interpersonales, en las relaciones entre los grupos y las organizaciones, en las relaciones regionales, internacionales y supranacionales y también en el interior de las instituciones y las empresas, en los equipos de trabajo, en la acción política, en las distribuciones de competencias, en la gestión de recursos humanos, en las misiones de paz, en la comunicación, en la vida jurídica y económica. Todos, como personas y como profesionales, nos implicamos cada día en una sucesión de negociaciones tácitas o explícitas que conducimos muchas veces de forma refleja, sin ser propiamente conscientes, y que resolvemos como podemos de manera intuitiva o por acumulación de experiencia. Sin embargo, el resultado de las negociaciones depende en gran medida del análisis que hagamos y del tipo de gestión del conflicto que despleguemos. Por eso es tan importante entrenarse a reconocer las situaciones negociales - que en ocasiones esconden su nombre, o incluso lo niegan explícitamente - y a identificar los factores estratégicos que configuran su estructura. A partir de este análisis podremos decidir cuáles son los mecanismos competitivos y/o cooperativos que incentivarán un mejor resultado.	Módulo 1: Conflicto, negociación y comportamiento estratégico Módulo 2: Fases y modelos de negociación Módulo 3: Estrategias de negociación. Módulo 4: Las dimensiones psicológicas de la negociación. Módulo 5: Utilización de los conflictos y de los acuerdos. Módulo 6: Salidas de situaciones de bloqueo. Módulo 7: Aportación de la programación neurolingüística a la negociación.
1237	Empresa Familiar	Las personas vinculadas a una empresa familiar deben ubicarse en los diferentes ámbitos de actuación, pudiendo desempeñar un simple, doble o triple rol. Esto puede dar lugar a una serie de conflictos interpersonales que aparecen en la toma de decisiones relativas al negocio familiar (trayectorias profesionales, convivencia intergeneracional, gestión de dividendos, etc.). Conocer estos aspectos es clave para prevenir la aparición de estos conflictos y, en caso de que aparezcan, gestionarlos adecuadamente.	1. Empresa familiar 2. Estrategia y organización. Misión, visión, valores 3. Propiedad, Gobierno, Dirección, Familia 4. Integración intergeneracional 5. Gestión de conflictos 6. Aspectos a tener en cuenta... 7. Tú, modelo de negocio
1226	Business Consulting	Este curso ofrece una visión cercana del sector de la consultoría empresarial y le ayuda a determinar lo que necesita para comprender su dinámica y poner en marcha su propio negocio de consultoría. Por ejemplo, supongamos que su objetivo es trabajar para una empresa de consultoría establecida en lugar de desarrollar una actividad empresarial. En ese caso, el curso también le ayuda a obtener un conocimiento inicial sobre el funcionamiento del sector.	Capítulo 1: La consultoría como profesión. Capítulo 2: El negocio de la consultoría profesional. Modelos de negocio. Capítulo 3: La consultoría como empresario. Capítulo 4: Metodologías y ciclo de vida del cliente Capítulo 5: Ejemplos de buenas prácticas.
1227	Comunicación de marketing digital	El objetivo principal del curso es comprender el estado actual del arte en las comunicaciones de marketing digital y aprender: • ¿Cómo se construyen las comunicaciones en el nuevo ecosistema digital? • ¿Cómo pueden las empresas utilizar el big data disponible sobre las tendencias de los clientes y las acciones competitivas para mejorar su estrategia de comunicación? • ¿Cómo se puede construir una comunicación digital interactiva para mejorar la participación del cliente? • ¿Cómo puede comunicar la empresa para que el receptor perciba correctamente el mensaje? • ¿Cómo puede la empresa utilizar la retroalimentación a través de comunicaciones bidireccionales con el cliente para mejorar el desempeño de la comunicación y retener a los clientes? • ¿Cómo pueden las empresas medir la eficacia de sus comunicaciones de marketing digital?	Tema 1: De las Comunicaciones Tradicionales al Nuevo Ecosistema Digital Tema 2: Big Data como fuente de optimización de procesos de la empresa Tema 3: Crear un diálogo interactivo con los clientes a través de medios digitales Tema 4: Comunicaciones de marketing integradas (IMC) a través de múltiples canales digitales Tema 5: Aprovechar la capacidad de IMC para atender mejor las necesidades de los clientes Tema 6: Medición del efecto positivo de IMC en el desempeño de una empresa

1231	Auditoria	<p>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 the audit of accounts in the reliability of the financial statements of companies.</p>	<p>Capítulo 1: La consultoría como profesión. - ¿Qué es la consultoría? - ¿Por qué la consultoría ahora? - Formas de empezar- Mitos sobre la consultoría Capítulo 2: El negocio de la consultoría profesional. Modelos de negocio. - Construir un modelo de negocio para su actividad- Su propuesta de valor - Políticas de precios - Peces pequeños en un océano abarrotado: encuentra tus zonas azules. - Construye tu propio conjunto de herramientas. Capítulo 3: La consultoría como empresario. - Características personales de los consultores de éxito- Habilidades y competencias para impulsar tu éxito profesional- La importancia de tu situación- Poner en marcha tu negocio - Mantener el buen funcionamiento de tu negocio- Crecer: Expandir su negocio Capítulo 4: Metodologías y ciclo de vida del cliente - Añadir valor a su negocio - Cuatro fases de la construcción de una relación cliente-consultor - Un día típico en la oficina Capítulo 5: Ejemplos de buenas prácticas. - Ejemplos de buenas prácticas: Casos, ejemplos y debates prácticos.</p>
1230	Sport Management (on line)	<p>El temario de la asignatura pretende despertar el interés del alumnado en la gestión de organizaciones, de equipamientos y de proyectos en sectores como el deporte competitivo, el deporte recreativo, el deporte salud, el deporte educativo, el turismo deportivo o el deporte espectáculo.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El entorno del deporte 2. Gestión de actividades y de eventos deportivos 3. Diseño y gestión de instalaciones deportivas 4. Seguridad y protocolo deportivo 5. Derecho deportivo 6. Marketing deportivo 7. Sports 2.0. Redes Sociales en la Entidad Deportiva
1222	DEFI: Finanzas descentralizadas y criptoconomía	<p>La tecnología Blockchain está suponiendo una gran revolución en muchos sectores. Hemos visto explotar el sector Financiero con las DEFI (descentralized finance), el sector del Arte con los NFT y los metaversos, o el sector del Gaming con el nuevo paradigma "play to earn". El objetivo de este curso es dotar a los alumnos de los conocimientos básicos que les sirva de base de aprendizaje para poder desarrollar una carrera en el ámbito de las finanzas descentralizadas y la tecnología blockchain.</p>	<p>Tema 1: Blockchain, la tecnología detrás de la revolución. Tema 2: Impacto de las tecnologías en el sector financiero Tema 3: Activos financieros y Criptoactivos (trading) Tema 4: NFT y metaversos Tema 5: Gaming Tema 6: Aplicación de la Inteligencia Artificial Tema 7: DAO decentralized Autonomous Organizations</p>