

Optatives - 2026-27

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

Departament d'Empresa

Es podrà escollir lliurement assignatures optatives de les 2 matèries i de l'itinerari formatiu fins a completar els 20 crèdits que estableix la memòria del grau.

Matèria optativa 1.- Lideratge emprenedor i Innovació								
Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiants
MKT	T	3	2	Disseny gràfic	5063	CAST	6	5
LOG	T	4	1/2	<i>BIP-Blended Intensive Programme Case studies in Supply Chain and Case studies in Transportation (Semipresencial)</i>	110067/ 110066	ANG	5	8
ADE-BAIM	M	4	1	Noves tendències: Dirigir amb intel·ligència emocional	1224	CAT	4	30
MKT	T	4	1	Estratègies de captació per a eCommerce	5224	CAT	4	5
ADE-BAIM	M	4	2	Publicitat en línia des de Xarxes Socials	1225	CAST	6	30
ADE-BAIM	M	4	2	Zen Business: emprenedors i empreses conscients	1236	CAT	6	30
MKT	T	4	2	Eines professionals de màrqueting digital	5110	CAT	6	5
TCM		3/4	ANUAL	Itinerari emprenedor*	1180	CAT	6	-
ADE-BAIM	M	4	2	Habilitats per a la direcció i el lideratge	1229	CAT	6	30
ADE-BAIM	M	4	2	<i>My personal plan (online)</i> <i>(amb 2 sessions setmanals síncrones)</i>	1251	ANG	6	30+5 **
Matèria optativa 2.- Eines avançades d'administració empresarial								
ADE-BAIM	M	3	2	Introducció al SAP (online) <i>(totes les sessions síncrones)</i>	1233	CAT	6	30
TCM	M	3/4	2	Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a negocis sostenibles	1247	CAT	6	-
ADE-BAIM	M	4	1	<i>Excel for controller</i>	1250	ANG	4	30+5**
ADE-BAIM	M	4	1	Negociació Estratègica	1232	CAST	4	30+5**
ADE-BAIM	M	4	1	<i>Business Consulting</i>	1226	ANG	4	30+5**
ADE-BAIM	M	4	1	Auditoria	1231	CAST	4	30+5**
ADE-BAIM	M	4	1	Gestió esportiva (on line) <i>(amb 1 sessió setmanal síncrona)</i>	1230	CAT	4	30
ADE-BAIM	M	4	2	Finances personals	1190	CAT	4	-

Itinerari formatiu : Eines d'intel·ligència artificial aplicada a l'empresa

Aquest itinerari proporcionarà un grau d'especialització que augmenta l'empleabilitat del titulat. **Es podrà obtenir un reconeixement d'aquest itinerari formatiu,** si es cursen obligatòriament un mínim de 10 crèdits entre les assignatures de l'itinerari.

Es pot cursar també una sola assignatura d'aquestes per a completar els crèdits optatius, encara que no es vulgui obtenir l'itinerari.

Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiants
ADE-BAIM	M	3	2	Intel·ligència Artificial en l'empresa	1249	CAST	6	30
GIARA	T	4	1	Fonaments de programació	1187	CAT	6	-
GIARA	T	4	2	Programació per a la IA***	1188	CAT	6	-

***Per a cursar aquesta assignatura cal haver cursat Fonaments de programació

Notacions:

- (*) 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.
- (**) Assignatura que s'ofereix a Mobilitat (màxim 5 estudiants)
- La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants. En cas que hi hagi una demanda superior a l'oferta, s'assignaran els estudiants en funció de l'expedient acadèmic.

Grau en Logística i NM

Departament d'Empresa

Optatives - 2026-27

Es podrà escollir lliurement assignatures optatives fins a completar els 20 crèdits que estableix la memòria del grau.

Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiants
TUR	T	4	1	Gestió i direcció de ports esportius (semipresencial) (1 sessió setmanal presencial)	6098	CAST	5	30+5**
LOG	T	4	1	Patró d'Embarcacions d'Esbarjo (semipresencial) (1 sessió setmanal presencial)	110065	CAST	5	
LOG	T	4	2	Logística del Sector Químic i Farmacèutic (online) (amb 1 sessió setmanal síncrona)	110038	CAST	5	30+5**
LOG	T	4	2	Transport de mercaderies perilloses i peribles (semipresencial) (1 sessió setmanal presencial)	110043	CAST	5	30+5**
LOG	T	4	2	Xarxes ferroviàries i noves tecnologies en transport (online) (amb 1 sessió setmanal síncrona)	110068	CAST	5	30
TCM	-	4	ANUAL	Itinerari emprenedor(*)	1180	CAT	6	-
ADE-BAIM	M	4	2	Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a negocis sostenibles	1247	CAT	6	-
LOG	T	4	1/2	BIP-Blended Intensive Programme Case studies in Supply Chain and Case studies in Transportation (Semipresencial)	110067/110066	ANG	5	8
LOG	T	4	2	Logística Sectorial Automoció (semipresencial) (1 sessió setmanal presencial)	110040	CAST	5	30+5**
ADE-BAIM (Tranversal de Lliure Elecció)	M	4	2	Finances personals (***)	1190	CAT	4	-

Itinerari formatiu : Eines d'intel·ligència artificial aplicada a l'empresa

Aquest itinerari proporcionarà un grau d'especialització que augmenta l'empleabilitat del titulat. **Es podrà obtenir un reconeixement d'aquest itinerari formatiu**, si es cursen obligatòriament un mínim de 9 crèdits entre les assignatures de l'itinerari.

Es pot cursar també una sola assignatura d'aquestes per a completar els crèdits optatius, encara que no es vulgui obtenir l'itinerari.

Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiants
LOG	T	4	1	Intel·ligència artificial aplicada a la logística (semipresencial) (1 sessió setmanal presencial)	110064	CAST	5	30+5**
GIARA	T	4	1	Fonaments de programació	1187	CAT	6	-
GIARA	T	4	2	Programació per a la IA****	1188	CAT	6	-

****Per a cursar aquesta assignatura cal haver cursat Fonaments de programació

Notacions:

- (*) 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.
- (**) Assignatura que s'ofereix a Mobilitat (màxim 5 estudiants)
- (***) L'assignatura optativa FINANCES PERSONALS forma part de l'oferta de la formació transversal de lliure elecció del grau.
- La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants. En cas que hi hagi una demanda superior a l'oferta, s'assignaran els estudiants en funció de l'expedient acadèmic.

Grau en Màrqueting i CD

Departament d'Empresa

Optatives - 2026-27

Es podrà escollir lliurement assignatures optatives fins a completar els 20 crèdits que estableix la memòria del grau.

Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiants
MKT	T	3	1	Branded Content	5065	CAT	6	30
MKT	T	3	3	Iniciació al Neuromàrqueting i a la Neuroeconomia	5060	CAT	6	20
MKT	T	4	1	Neuromàrqueting: Experiments pràctics	5081	CAT	6	20
MKT	T	4	1	Google Analytics	5080	CAT	4	30
ADE-BAIM	M	4	1	Negociació Estratègica	1232	CAST	4	5
MKT	T	4	1	Estratègies de captació per a eCommerce	5224	CAT	4	30
ADE-BAIM	M	4	1	Gestió esportiva (on line) (amb 1 sessió setmanal síncrona)	1230	CAT	4	5
MKT	T	4	1	Retail Marketing	5064	CAST	4	30+5**
MKT	T	4	2	Visual Merchandising	5075	CAST	6	30
MKT	T	4	2	Eines professionals de màrqueting digital	5110	CAT	6	30
MKT	T	4	2	Disseny gràfic	5063	CAST	6	30
ADE-BAIM	M	4	2	Habilitats per a la direcció i el lideratge	1229	CAT	6	5
ADE-BAIM	M	4	2	Introducció al SAP (online) (totes les sessions síncrones)	1233	CAT	6	5
ADE-BAIM	M	3/ 4	2	Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a negocis sostenibles	1247	CAT	6	-
TCM	-	3/ 4	Anual	Itinerari emprenedor (*)	1180	CAT	6	-
MKT	T	3/4	Anual	Llengua Estrangera III	A consultar	A triar	6	-
ADE-BAIM (Transversal de Lliure Elecció)	M	4	2	Finances personals (***)	1190	CAT	4	

Itinerari formatiu : Eines d'intel·ligència artificial aplicada a l'empresa

Aquest itinerari proporcionarà un grau d'especialització que augmenta l'empleabilitat del titulat. **Es podrà obtenir un reconeixement d'aquest itinerari formatiu**, si es cursen obligatòriament un mínim de 10 crèdits entre les assignatures de l'itinerari.

Es pot cursar també una sola assignatura d'aquestes per a completar els crèdits optatius, encara que no es vulgui obtenir l'itinerari.

Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiants
MKT	T	3	1	Aplicacions de Intel·ligència Artificial en Màrqueting	5073	CAST	6	30+5**
GIARA	T	4	1	Fonaments de programació	1187	CAT	6	-

GIARA	T	4	2	Programació per a la IA****	1188	CAT	6	-
-------	---	---	---	-----------------------------	------	-----	---	---

****Per a cursar aquesta assignatura cal haver cursat Fonaments de programació

Notacions:

1. (*) 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.
2. (**) Assignatura que s'ofereix a Mobilitat (màxim 5 estudiants)
3. (***) L'assignatura optativa FINANCES PERSONALS forma part de l'oferta de la formació transversal de lliure elecció del grau.
4. La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants. En cas que hi hagi una demanda superior a l'oferta, s'assignaran els estudiants en funció de l'expedient acadèmic.

Grau en Turisme i G LI

Departament d'Empresa

Optatives - 2026-27

Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiant
TUR	M	4	Anual	Alemany	6143	Alemany	6	-
TUR	M	4	Anual	Francès	6142	Francès	6	-
TUR	M	4	Anual	Italià	6141	Italià	6	-
TCM	M	4	Anual	Itinerari emprenedor (*)	1180	CAT	6	-
TUR	T	4	1	Gestió i direcció de ports esportius (semipresencial) (1 sessió setmanal presencial)	6098	CAST	5	-
ADE	M	4	1	Noves tendències: Dirigir amb intel·ligència emocional	1224	CAT	4	-
LOG	T	4	1	Patró d'Embarcacions d'Esbarjo (semipresencial) (1 sessió setmanal presencial)	110065	CAST	5	-
ADE-BAIM	M	4	1	Gestió esportiva (on line) (amb 1 sessió setmanal síncrona)	1230	CAT	4	-
MKT	T	4	1	Estratègies de captació per a eCommerce	5224	CAT	4	-
ADE-BAIM	M	4	2	Zen Business: emprenedors i empreses conscients	1236	CAT	6	-
MKT	T	4	2	Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	500320	CAST	4	-
ADE-BAIM	M	4	2	Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a negocis sostenibles	1247	CAT	6	-
ADE-BAIM	M	4	2	Publicitat en línia des de Xarxes Socials	1225	CAST	6	-
ADE-BAIM (Transversal de Lliure Elecció)	M	4	2	Finances personals (***)	1190	CAT	4	-

Itinerari formatiu : Eines d'intel·ligència artificial aplicada a l'empresa

Aquest itinerari proporcionarà un grau d'especialització que augmenta l'empleabilitat del titulat. **Es podrà obtenir un reconeixement d'aquest itinerari formatiu,** si es cursen obligatòriament un mínim de 10 crèdits entre les assignatures de l'itinerari.

Es pot cursar també una sola assignatura d'aquestes per a completar els crèdits optatius, encara que no es vulgui obtenir l'itinerari.

Grau	M/T	Curs	Trimestre	Assignatura	Codi	Idioma	ECTS	Màxim estudiant
ADE-BAIM	M	4	2	Intel·ligència Artificial en l'empresa	1249	CAT	6	30
GIARA	T	4	1	Fonaments de programació	1187	CAT	6	-
GIARA	T	4	2	Programació per a la IA**	1188	CAT	6	-

**Per a cursar aquesta assignatura cal haver cursat Fonaments de programació

Notacions:

1. (*) 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.
2. (***) L'assignatura optativa FINANCES PERSONALS forma part de l'oferta de la formació transversal de lliure elecció del grau.
3. La programació de les assignatures optatives del curs està condicionada a la matrícula d'un mínim de 10 estudiants.

LListat vídeos assignatures optatives

Assignatura Enllaç video	Professor/a	Objectiu
Noves tendències: Dirigir amb intel·ligència emocional	Esther Rocasalbas	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	Maria Cristina Pérez Pietri	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'anàlisis 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 elements of analysis and KPIs that will allow the effectiveness of these campaigns to be measured.
Habilitats per a la direcció i el lideratge	Esther Rocasalbas	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	Manel Lesta	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 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.
El meu pla personal (online)	Albert Rof	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. 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	Màrian Buil	<p>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.</p> <p>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.</p>
BIP-Blended Intensive Programme- Case studies in Supply Chain and Case studies in Transportation (Semipresencial)	Mónica Oviedo y Valeria Bernardo	<p>Projecte de col·laboració realitzat pel TecnoCampus amb l'IUT Lumière Lyon 2 (França), Università degli Studi del Salento (Italy), i la Universitat de Piraeus (Grècia), cofundat pel Programa Erasmus+ de la Unió Europea. El curs permetrà als nostres estudiants tenir una experiència d'internacionalització mitjançant les classes i el treball conjunt amb professorat i estudiantat d'altres universitats. Una part del curs serà en línia i en la universitat de cada estudiant, i la part presencial tindrà lloc durant una setmana intensiva en la universitat de destí, durant la qual es treballarà en un cas pràctic amb una empresa local, amb l'objectiu de proposar estratègies per a optimitzar la sostenibilitat de la seva cadena de subministrament o la distribució.</p> <p>Encara per decidir si es fa a TecnoCampus o a Lyon.</p> <p>Collaboration project carried out by the TecnoCampus with the IUT Lumière Lyon 2 (France), the University of Salento (Italy), and the University of Piraeus (Greece), co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union. The course will allow our students to have an internationalisation experience through classes and joint work with faculty and students from other universities. Part of the course will be online and at each student's university, and the face-to-face part will take place during an intensive week at the host university, where they will work on a case study with a local company with the aim of proposing strategies to optimise the sustainability of their supply chain.</p> <p>The host next year could be TecnoCampus or Lyon.</p>

<p>Economia Circular: Estratègies i tecnologies per a negocis sostenibles</p>	<p>Sònia Llorenç, Màrian Buil i Ariadna Benet</p>	<p>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.</p> <p>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 els seus itineraris professionals i/o en altres activitats acadèmiques que estiguin cursant.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
<p>Excel per controller</p>	<p>Axel Ehberger</p>	<p>Gairebé totes les empreses treballen amb l'Excel, en tots els àmbits. Un bon coneixement d'aquesta eina és imprescindible.</p> <p>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.</p> <p>Almost all companies work with Excel, in all areas. A good knowledge of this tool is essential.</p> <p>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.</p>
<p>Negociació Estratègica</p>	<p>Tamara Guillén</p>	<p>Aquesta assignatura té per objecte que els alumnes adquireixin les competències bàsiques per negociar en qualsevol àmbit però específicament en l'àmbit empresarial, utilitzant les eines de comunicació i anàlisi necessàries en aquesta disciplina.</p> <p>Les situacions de negociació estan presents en tots els àmbits de la vida social. 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</p> <p>- i a identificar els factors estratègics que configuren la seva estructura. A partir d'aquesta anàlisi podrem decidir quins són els mecanismes competitiu i / o cooperatiu que incentivaran un millor resultat.</p> <p>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.</p> <p>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</p>

		<p>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.</p>
--	--	---

<p>Business Consulting</p>	<p>Albert Rof</p>	<p>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.</p> <p>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.</p>
<p>Auditoria</p>	<p>Jose Luis Martínez</p>	<p>El contingut d'aquesta assignatura pretén donar a conèixer de forma pràctica el marc legal, les normes tècniques i els procediments emprats 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.</p> <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>

<u>Logística Sectorial Automoció (semipresencial)</u>	Valeria Bernardo	<p>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 i les tendències actuals en la indústria.</p> <p>To know in depth the production and management models of the automotive chain, the cost optimization, the importance and logistics of transporting the automobile by land and sea, the applicable regulation, and, the current trends in the automotive industry.</p>
<u>Patró d'Embarcacions d'Esbarjo (semipresencial)</u>	Ernesto Martínez de Carvajal	<p>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)</p> <p>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.</p>
<u>Logística del Sector Químic i Farmacèutic (online)</u>	Jairo Ramos	<p>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.</p> <p>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.</p>
<u>Transport de mercaderies perilloses i peribles (semipresencial)</u>	José Manuel Vallellano,	<p>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.</p> <p>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.</p>
<u>Xarxes ferroviàries i noves tecnologies en transport (online)</u>	Rosa Romero	<p>S'estudia el ferrocarril amb les seves possibilitats i les seves limitacions per a la seva integració en la cadena logística i les noves tecnologies i tendències en transport.</p> <p>The railroad is studied with its possibilities and its limitations for its integration in the logistics chain, and the new technologies on transport.</p>
<u>Intel·ligència artificial aplicada a la logística (semipresencial)</u>	Ernesto Martínez de Carvajal	<p>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.</p> <p>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.</p>

Assignatura Enllaç video	Professor/a	Objectiu
Aplicaciones de Inteligencia Artificial en Marketing	Alejandro Terbeck	<p>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.</p> <p>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.</p>
Branded Content	Anna Llacher	<p>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 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.</p> <p>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.</p>
Iniciació al Neuromàrqueting i a la Neuroeconomia	Gemma Fàbrega i Paula Bolzani	<ul style="list-style-type: none"> - 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. <ul style="list-style-type: none"> - 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. - Understand the external and internal factors that influence decision-making, particularly purchasing decisions.
Google Analytics	Ignasi Prat	<ul style="list-style-type: none"> - Entendre el rol de l'anàlisi 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. <ul style="list-style-type: none"> - Understand the role of web analytics within the company. - 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.
Disseny gràfic	Zahaira Fabiola González	<p>Situar la disciplina del disseny gràfic en el context històric.</p> <p>Entendre els fonaments i conceptes bàsics del disseny gràfic.</p> <p>Obtenir coneixements addicionals de Illustrator i Photoshop.</p>

		<p>Ser capaç d'entendre, gestionar i comunicar les claus d'un projecte de disseny gràfic.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<u>Eines professionals de màrqueting digital</u>	Elisabeth Guillén	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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. <p>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.</p> <p>Specific objectives:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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.
<u>Estratègies de captació per a eCommerce</u>	Bruno Gabarrón	<p>Ensenyar als/les alumnes a establir un pla de paid media i executar-lo, abordant els nivells estratègics, operatius i analítics.</p> <p>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.</p> <p>Analítics: analitzar els resultats obtinguts als diferents canals, creant informes i realitzar els canvis necessaris per optimitzar les campanyes.</p> <p>Teach students to establish a paid media plan and execute it, addressing the strategic, operational and analytical levels.</p> <p>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).</p> <p>Operational: configure and link the different platforms with the web, design the different ads and texts, prepare and activate the campaigns.</p> <p>Analytics: analyze the results obtained in the different channels, creating reports and making the necessary changes to optimize the campaigns.</p>
<u>Retail Marketing</u>	Ester Hidalgo	<p>Aquesta assignatura està concebida per formar part d'un circuit que integri: OMNICALITAT- RETAIL MARKETING- VISUAL MERCHANDISING.</p> <ul style="list-style-type: none"> -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.

		<p>- Get a global vision of the Retail business.</p> <p>- Understand what the shopping experience is and what aspects define it.</p> <p>-Professionally analyze a commercial concept, through a structured visit in store.</p> <p>-Deduce the strategy behind a commercial concept: Target, Positioning, Purchase process.</p> <p>-Extract learning and propose improvements to align strategy and tactics, as a key to differentiation and durability in the market of a Retail badge.</p>
Visual Merchandising	Ester Hidalgo	<p>Aquesta assignatura està concebida per formar part d'un circuit que integri: OMNICANALITAT- RETAIL MARKETING- VISUAL MERCHANDISING.</p> <p>La posada en escena a través de la política de Visual Merchandising és essencial per a influir en la decisió compra, dirigir vendes, integrar elements Phygital per obtenir dades de manera coherent i garantir una experiència física inoblidable. Els objectius són:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Entendre què és el Visual Merchandising i el rol estratègic que té en la comunicació del posicionament estratègic d'una marca. · Entendre com influeix en el procés de compra i en la consecució de resultats. · Dissenyar l'estratègia de Visual Merchandising d'un concepte comercial. <p>This subject is designed to form part of a circuit that integrates: OMNICANALITAT- RETAIL MARKETING- VISUAL MERCHANDISING.</p> <p>The staging through the Visual Merchandising policy is essential to influence the purchase decision, direct sales, integrate Phygital elements to obtain data in a coherent way and guarantee an unforgettable physical experience. The objectives are:</p> <ul style="list-style-type: none"> - To understand what Visual Merchandising is and the strategic role it plays in communicating the strategic positioning of a brand. - To understand how it influences the buying process and the achievement of results. - To design the Visual Merchandising strategy of a commercial concept.
Neuromàrqueting: Experiments pràctics	Gemma Fàbrega i Paula Bolzani	<p>L'assignatura proposa una visió eminentment pràctica de com plantejar experiments de Neuromàrqueting per avaluar i comprendre les decisions que prenen els consumidors. Els objectius general són:</p> <p>Aprendre a fer experiments senzills amb consumidors reals per avaluar les seves decisions de consum</p> <p>Familiaritzar l'alumne amb les eines de Neuromàrqueting més rellevants S'avaluaran i usaran algunes eines rellevants en aquest àmbit, com ara:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Electroencefalografia (EEG, Emotiv) • Facial Coding / Eye Tracking (FaceReader) • Galvanic Skin Response/Electrodermal Activity (Plux/Bitalino) • Implicit Association Test (IAT, FreeIAT) <p>Per fer aquesta assignatura, no és imprescindible haver fet prèviament l'assignatura d'introducció al Neuromàrqueting. Si un alumne només fa aquesta assignatura optativa, tindrà a la seva disposició una introducció resumida dels conceptes essencials de Neurociència per poder abordar les pràctiques. En qualsevol cas, la complementarietat entre ambdues assignatures és evident, i es recomana que els alumnes interessats en aquesta disciplina les puguin cursar de manera consecutiva (sempre en primer lloc l'assignatura d'Introducció).</p>
Finances Personals	Mònica Oviedo i Núria Masferrer	<p>L'objectiu principal del curs és transmetre coneixements que contribueixin a millorar les competències financeres de l'estudiantat i que siguin útils per a la gestió de les seves finances personals. En particular, el curs té com a finalitat dotar l'alumnat dels coneixements i les eines bàsiques necessàries per dur a terme una planificació financera a curt, mitjà i llarg termini, comprendre la importància de protegir el patrimoni i els recursos financers, així com identificar els elements mínims que cal tenir en compte per prendre decisions financeres informades</p>
Gestió i direcció de ports esportius (semipresencial)	Rosana Salama	<p>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.</p> <p>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.</p>