



Título propio reconocido por:



UNIVERSITAT POLITÈCNICA
DE CATALUNYA
BARCELONATECH

GLOBAL EXECUTIVE MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION

GUÍA DOCENTE DEL TRABAJO DE FIN DE MÁSTER [2023-24]

DATOS GENERALES

Nombre:	TRABAJO FINAL DE MÁSTER
Curso:	2023-24
Titulación:	Global Executive Master in Business Administration
Número de créditos (ECTS):	10
Fecha de la última revisión:	Mayo de 2023
Profesor Responsable:	Xavier Lamote de Grignon Costa

1. DESCRIPCIÓN GENERAL

El impacto de la tecnología aplicada al *management* es cada vez mayor, cambiando significativamente, la forma de hacer negocios o redefiniendo los modelos actuales. Comprender y optimizar los diferentes procesos empresariales utilizando herramientas tecnológicas se ha convertido en una necesidad estratégica para las compañías, para adaptarse con éxito a la economía digital y garantizar la satisfacción de los clientes. Por tanto, el Global Executive Master in Business Administration (GEMBA) es un programa conceptualizado en ofrecer los conocimientos, la metodología y las herramientas clave para que los estudiantes mejoren sus habilidades y se conviertan en profesionales que sean motores transformadores del cambio que las empresas necesitan.

El GEMBA se define como un programa inmersivo y actualizado que integra todas las áreas clave de una organización: estrategia y desarrollo empresarial, innovación y emprendimiento; liderazgo y transformación del cambio; operaciones; finanzas; marketing, creación del valor y ventas. Asimismo, contempla el conocimiento y aplicación transversal de la tecnología a todos los procesos empresariales.

GEMBA es un programa holístico que proporciona sólidos fundamentos y contenidos más avanzados para saber gestionar negocios y aprender a liderar proyectos con agilidad y eficacia en un mundo cada vez más tecnológico. Desde una metodología eminentemente práctica, los estudiantes se convertirán en *business challengers* y asumirán distintos retos que les permitan desarrollar y activar proyectos reales vinculados a la optimización de los procesos empresariales o a la creación de nuevos modelos de negocio, incorporando en ambos casos el potencial que proporciona las nuevas tecnologías.

Por ello, el Trabajo de Fin de Máster (TFM) se define como una de las asignaturas más importantes de la titulación, puesto que se constituye en la síntesis y demostración de la adquisición de la totalidad de los objetivos del Máster.

Atendiendo a la Normativa del Trabajo de Fin de Máster, el TFM podrá ser realizado en equipos de hasta tres estudiantes, tutorizado por un/a profesor/a del programa y deberá presentarse y defenderse ante un tribunal académico. Se define como un trabajo original y de un nivel de calidad óptimo que integre de manera transversal todos los conocimientos del Máster.

El estudiante podrá elegir entre las dos tipologías de TFM:

- Implementación de un *business case* para la optimización de los procesos empresariales en una empresa real.
- Creación de un nuevo modelo de negocio.

El estudiante debe de conseguir progresivamente una serie de competencias útiles para su futuro profesional: competencias analíticas, planificadoras, de procesamiento lógico del pensamiento, de resolución de problemas y de toma de decisiones, interpretativas, valorativas y comunicativas. Por tanto, es imprescindible que el estudiante conozca las diferencias entre las tipologías del trabajo, y opte por aquella que se relaciona con sus intereses o motivaciones, asimismo debe de escoger el tema o problemática, seleccionar la población, definir el contexto, la orientación metodológica, entre otros procesos clave del TFM.

2. OBJETIVOS

Los objetivos del Trabajo de Fin de Máster son:

- Impulsar el conocimiento y competencias directivas en estrategia, finanzas, operaciones, *supply chain*, marketing, ventas y personas para tomar las mejores decisiones desde una visión transversal que permita dar respuesta a los clientes ya la transformación tecnológica de la empresa.
- Conocer el desarrollo ágil de modelos de negocio para innovar a la empresa o emprender un negocio en el contexto digital.

- Comprender el impacto de las tecnologías en el mundo empresarial y cómo conseguir resultados sostenibles y sustentables.
- Desarrollar y perfeccionar las habilidades de gestión con herramientas de liderazgo y comunicación.

Resultados de aprendizaje

El estudiante después de realizar el Trabajo de Fin de Máster será capaz de:

- Implementar un proyecto de optimización en las áreas clave de la gestión empresarial, como: finanzas, operaciones, cadena de suministro, marketing, ventas, gestión de personas... tomando decisiones estratégicas desde una perspectiva transversal, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes y la transformación tecnológica de la empresa.
- Aplicar metodologías para el desarrollo de nuevos modelos de negocios y desarrollar estrategias que garanticen la viabilidad para emprender nuevos negocios o mejorar la empresa existente.
- Distinguir las tecnologías emergentes y su impacto en los procesos empresariales para evaluar las implicaciones de la tecnología en la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa.
- Liderar un equipo de trabajo y comunicar de forma efectiva los resultados de un proyecto.

3. CONTENIDO

A continuación, se dispone de un esquema general que se adaptará a la propuesta del Trabajo de Fin de Máster, atendiendo a las tipologías de TFM.

CONTENIDO

1. Resumen ejecutivo

- a. Idea de negocio
- b. Motivación, importancia e innovación del proyecto
- c. Objetivos a alcanzar en largo y corto plazo

- d. Recursos iniciales con los que se cuenta
- e. Necesidades de nuevos recursos e inversiones
- f. Presentación de los promotores del proyecto/negocio
- g. Viabilidad y rentabilidad del proyecto
- h. Recursos necesarios para su puesta en marcha
- g. Aspectos legales

2. Definición del proyecto de negocio

- a. Desarrollo y explicación de la idea de negocio presentada
- b. Misión y visión de la empresa

3. Análisis estratégico

- a. Análisis interno
- b. Análisis externo
- c. Análisis DAFO
- d. Análisis de las 5 fuerzas de Porter

4. Modelo del negocio planteado y su interacción con el mercado/sector analizado

5. Planes estratégicos y de acción

- a. Plan de marketing y ventas
- b. Plan de operaciones y logística
- c. Plan de recursos humanos
- d. Marco legal y jurídico (en el caso que aplique)

6. Estudio de viabilidad económica y financiera del proyecto

- a. Plan de inversiones
- b. Estimación de ingresos y gastos
- c. Estimación de cash-flow y determinación de alternativas
- d. Toma de decisiones y análisis de la rentabilidad del proyecto
- e. Plan de contingencia

7. Cronograma de la puesta en marcha del proyecto

8. Conclusiones

9. Bibliografía

10. Anexos

4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Los estudiantes analizarán casos reales de proyectos exitosos o fallidos y extraerán lecciones y aprendizajes de estas experiencias. A través del estudio de casos, se explorarán situaciones empresariales complejas y se fomentará el pensamiento crítico y el razonamiento analítico.

También recibirán orientación y apoyo de profesores o mentores expertos en el campo de los negocios, emprendimiento y las tecnologías aplicadas a la empresa. Estos mentores brindarán asesoramiento personalizado, ayudarán a los estudiantes a enfocar sus proyectos, y ofrecerán retroalimentación constructiva a lo largo del proceso.

Los estudiantes llevarán a cabo una investigación exhaustiva de la literatura académica y profesional. Esta metodología fomenta el análisis crítico de las teorías y conceptos existentes y la identificación de lagunas o áreas de mejora empresarial.

5. EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura Trabajo de Fin de Máster tendrá los siguientes componentes:

Calificación grupal:

Calidad del documento final con un peso del: 60 %.

Calificación individual:

Participación activa del proceso de tutorización: 10%

Presentación y defensa ante tribunal con un peso del: 30 %.

Para acceder a la presentación y defensa, deberá contarse con la aprobación y autorización del profesor/a tutor/a.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Dyer, J. (2011). The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators. Harvard Business Review Press. ISBN: 978-1422134818.
- Eslava J de J, "Pricing" Editorial ESIC. 2012.
- Guerras-Martín, L. y López, J. (2015). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones, 5ª. edición. Editorial Thompson-Reuters Civitas.
- Gorostegui, E. (2014). Fundamentos de Economía de la Empresa. Editorial Universitaria Ramón Areces.
- Jobber, D y Ellis-Chadwick, F. (2016) Principles and practice of marketing. Eighth Edition. Mc Graw Hill Education.
- Kotler, P. "Dirección de Marketing". Editorial Prentice. 2007.
- Johnson, G., Scholes, K., Whittington, R. (2010). Fundamentos de estrategia, Editorial Pearson. ISBN 9788483226452.
- Ries, E. (2011). The Lean Startup ISBN: 9780307887894.
- Ries, E. (2019). The Startup Way: How Modern Companies Use Entrepreneurial Management to Transform Culture and Drive Long-Term Growth. Currency. ISBN: 978-1101903209.
- Rumelt, R. (2011). Good Strategy/Bad Strategy: The Difference and Why It Matters. Crown Business. ISBN: 978-0307886231.